
BACHELORARBEIT

Sven J. Richter

**Entwicklung eines alternativen
Filmfinanzierungskonzeptes mit
Hilfe lokaler Medienpartner
am Beispiel des Kurzfilms *Ein Dorf***

2015

BACHELORARBEIT

Entwicklung eines alternativen Filmfinanzierungskonzeptes mit Hilfe lokaler Medienpartner am Beispiel des Kurzfilms *Ein Dorf*

Autor:
Herr Sven Richter

Studiengang:
Film und Fernsehen

Seminargruppe:
FFHHSS10

Erstprüfer:
Prof. Dr. Detlef Gwosc

Zweitprüfer:
B.A. Ulrike Dobelstein-Lütke

Einreichung:
Mittweida, Februar 2015

BACHELOR THESIS

Delevopement of an alternative film-financing concept due to local media partners through the example of the shortfilm *One Village (Ein Dorf)*

author:
Mr. Sven Richter

course of studies:
Film and Television

seminar group:
FFHHSS10

first examiner:
Prof. Dr. Detlef Gwosc

second examiner:
B.A. Ulrike Dobelstein-Lütke

submission:
Mittweida, February 2015

Bibliografische Angaben:

Nachname, Vorname: Richter, Sven Johannes

Entwicklung eines alternativen Filmfinanzierungskonzeptes mit Hilfe lokaler Medienpartner am Beispiel des Kurzfilms *Ein Dorf*

Development of an alternative film-financing concept due to local media partners through the example of the shortfilm *One Village (Ein Dorf)*

2015 - 73 Seiten

Mittweida, Hochschule Mittweida (FH), University of Applied Sciences,
Fakultät Medien, Bachelorarbeit, 2015

Abstract

Die Produktion von Kurzfilmen ist eines der Hauptziele von jungen Filmemachern. Jedoch besteht bei jeder Produktion das Risiko der Nichtfinanzierbarkeit.

Trotz zahlreicher Möglichkeiten, einen Film ohne oder mit wenig Eigenkapital zu produzieren, kann nicht jeder Film finanziert werden. Folglich besteht ein Interesse daran, alternative Finanzierungsmöglichkeiten zu finden.

Diese Arbeit erläutert den Finanzbedarf einer Filmproduktion und stellt einige etablierte Methoden der Filmfinanzierung dar. Darüber hinaus wird eine alternative Methode entwickelt, die speziell der Produktion des Kurzfilms *Ein Dorf* dienen soll. Dieser Film sieht als Drehort die Stadt Goch am Niederrhein vor.

Inhaltsverzeichnis

Abstract.....	IV
Abkürzungsverzeichnis.....	VII
Abbildungsverzeichnis.....	VIII
Tabellenverzeichnis.....	IX
1 Einleitung.....	1
2 Der Finanzbedarf einer Filmproduktion.....	3
2.1 Inhalt der Kalkulation.....	4
2.1.1 Preproduktionsphase.....	5
2.1.2 Produktionsphase.....	6
2.1.3 Postproduktionsphase.....	14
2.2 Besonderheiten beim Kurzfilm.....	16
3 Möglichkeiten der Filmfinanzierung.....	20
3.1 Eigenmittel der Produktionsfirma.....	21
3.1.1 Eigenkapital.....	21
3.1.2 Fremdkapital.....	22
3.2 Filmförderung.....	23
3.2.1 Indirekte Filmförderung.....	23
3.2.2 Direkte Filmförderung auf staatlicher Ebene.....	24
3.2.2.1 Filmförderungsanstalt FFA.....	25
3.2.2.2 Filmförderung der BKM.....	32
3.2.2.3 Kuratorium junger deutscher Film (KjdF).....	35
3.2.3 Filmförderung auf Landesebene.....	36
3.2.3.1 Filmstiftung NRW.....	36
3.3 Sonstige Finanzierungsmöglichkeiten.....	37
3.3.1 Product Placement.....	37
3.3.2 Crowdfunding.....	38
3.3.3 Notwendigkeit von alternativen Finanzierungsmöglichkeiten.....	40
4 Vorstellung des Films Ein Dorf.....	41
4.1 Handlung.....	41
4.2 Finanzbedarf & Kalkulation.....	42
5 Entwicklung eines alternativen Filmfinanzierungskonzeptes.....	45
5.1 Analyse der Region.....	45

5.1.1 Vorstellung der Region.....	46
5.1.2 Wirtschaftliche Analyse der Region.....	47
5.1.3 Mediale Abdeckung der Region.....	48
5.1.4 Die Stadt Goch als Drehort.....	50
5.2 Konzeptvorstellung.....	51
5.3 Werbeauftritte.....	54
5.3.1 Print.....	54
5.3.2 TV- und Onlineberichterstattung.....	55
5.3.3 Radio.....	56
5.3.4 Kino.....	56
5.3.5 Sonstige Möglichkeiten.....	56
6 Fazit.....	57
Literaturverzeichnis.....	X
Anlagen.....	XIII
Eigenständigkeitserklärung.....	XV

Abkürzungsverzeichnis

BKM	Beauftragte der Bundesregierung für Kultur und Medien
FBW	Filmbewertungsstelle Wiesbaden
FFA	Filmförderungsanstalt
FFG	Filmförderungsgesetz
GmbH	Gesellschaft mit beschränkter Haftung
FSK	Freiwillige Selbstkontrolle
KjdF	Kuratorium junger deutscher Film

Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1: Lage Kreis Kleve in Deutschland.....	46
Abbildung 2: Lage Goch im Kreis Kleve.....	46
Abbildung 3: Konzeptschema 1.....	53
Abbildung 4: Konzeptschema 2.....	53
Abbildung 5: Werbekonzept Print.....	55

Tabellenverzeichnis

Tabelle 1: Gagentabelle für Film-und Fernsehschaffende.....	7
Tabelle 2: Benötigte Referenzpunkte für Referenzfilmförderung.....	30
Tabelle 2: Basisinformationen Kurzfilm <i>Ein Dorf</i>	41
Tabelle 3: Kalkulation Kurzfilm <i>Ein Dorf</i>	42
Tabelle 4: Basisdaten Stadt Goch.....	47
Tabelle 5: Branchenverzeichnis Stadt Goch.....	47
Tabelle 6: Mediale Abdeckung der Stadt Goch.....	49

1 Einleitung

Jeder junge Filmmacher¹ ist unterschiedlich: Während der eine sich mit Vorliebe in dramatischer Form ausdrückt, liegt des anderen Talent vor allem in der Umsetzung spektakulärer Actionsequenzen. Der Kreativität sind beim Film, gerade im digitalen Zeitalter, kaum Grenzen gesetzt. Man findet vermutlich nur wenige Künstler, die nicht gleich mehrere Ideen für Filmprojekte haben.

Trotz dieser Unterschiede eint jedoch ein Umstand beinahe alle dieser engagierten Projekte: Probleme mit der Finanzierbarkeit.

Es gibt verschiedene Arten einer Filmfinanzierung, auf die zum Teil in dieser Arbeit eingegangen wird. Jedoch, so scheint es, schaffen es (junge) Filmmacher allzu häufig nicht, das nötige Budget zur Realisierung ihrer Projekte zu generieren.

Aus diesem Grund überrascht es nicht, dass Filmhersteller immer auf der Suche nach neuen Finanzierungsmöglichkeiten sind.

Kurzfilme zu produzieren ist das Hauptziel der meisten jungen Filmmacher. Diese Form des Films bietet erste Möglichkeiten, sich auszuprobieren, Erfahrungen zu sammeln und auf sich aufmerksam zu machen.

Durch die Masse an No- oder Low-Budget-Produktionen, vor allem innerhalb der filmischen Ballungszentren München, Berlin, Köln-Düsseldorf oder Hamburg, ist die öffentliche Aufmerksamkeit einer einzelnen Filmproduktion allerdings eher gering.

Durch die dadurch entstehende Konkurrenz der Produktionen gestaltet sich z. B. die Suche nach Sponsoren (z. B. in den Bereichen Technik, Catering, Motive), die gerade bei dieser Produktionskategorie eine existentielle Rolle spielen, als großes Problem.

Eine Möglichkeit, diesem Konkurrenzdruck zu entgehen, könnte der bewusste Verzicht auf die örtliche Nähe zu Ballungszentren sein.

¹ Zur Vereinfachung der Lesbarkeit dieser Arbeit werden Berufsbezeichnungen nur in männlicher Form dargestellt (z. B. bei „der Produzent“). Grundsätzlich sind immer beide Geschlechter gemeint.

Eine Region mit solcher Eigenschaft ist der untere Niederrhein – eine ländliche Gegend, westlich des Ruhrgebiets und an der niederländischen Grenze gelegen. In dieser Region gelegen ist die Stadt Goch.

Die Attraktivität der Stadt und der Region als Drehort ergibt sich aus der Kombination aus ihrer landschaftlichen Schönheit und ihrer gleichzeitig geringen medialen Beachtung. In welchem Maße die Stadt Goch medial erschlossen ist, wird im Verlauf dieser Arbeit analysiert werden.

Wie erwähnt ist das Hauptproblem von No- oder Low-Budget-Produktionen² jedoch auch außerhalb von Ballungszentren die Finanzierung.

Während dort viele potentielle Sponsoren bereits mit Filmproduktionen in Berührung kamen, ist es in einer Region wie dem unteren Niederrhein ungleich schwerer, Sponsoren mit solcher Erfahrung zu finden.

Dies ist kann ein Hinderungsgrund sein, denn bei mangelndem Wissen über die Notwendigkeit von Sponsoring (sachlich wie finanziell) für No- und Low-Budget-Produktionen sinken auch die Aussichten darauf.

Es kann aber auch passieren, dass eine Filmproduktion, respektive ein Filmdreh, einen Sensationscharakter annimmt – insbesondere dann, wenn es der erste überhaupt in der Umgebung ist.

In dieser Arbeit soll ein alternatives Filmfinanzierungskonzept erarbeitet werden, das speziell der Finanzierung eines in der Stadt Goch gedrehten Kurzfilms dienen soll: dem Kurzfilm *Ein Dorf*.

Hierfür wird zunächst dargestellt, welchen Finanzbedarf eine Filmproduktion hat. Ferner wird ein Überblick darüber gegeben, mit welchen Methoden ein Film üblicherweise finanziert wird.

Schließlich werden die Dreh- und Produktionsbedingungen der Stadt Goch analysiert und ein auf sie angepasstes Filmfinanzierungskonzept entwickelt.

² No-Budget und Low-Budget sind Begriffe aus dem Filmgewerbe und bedeuten, dass eine Produktion entweder kein Budget hat oder nur geringfügiges Budget, das in der Regel nicht für die Bezahlung der Mitarbeiter oder z. B. der Technik genügt.

2 Der Finanzbedarf einer Filmproduktion

Der Finanzbedarf einer Filmproduktion unterliegt einigen ökonomischen Besonderheiten, von denen zwei wichtige lauten:

1. Eine Filmproduktion ist im betriebswirtschaftlichen Sinne ein Projekt;³
2. Eine Filmproduktion besteht aus mehreren, aufeinander aufbauenden Schritten.

Ein Projekt zeichnet sich u. a. dadurch aus, dass hier ein Produkt einzeln und für sich stehend hergestellt wird.

Es handelt sich bei einer Filmproduktion also um ein „besonderes Vorhaben“⁴, da ihr keine gewöhnliche Leistungserstellung über einen längeren, undefinierten Zeitraum zugrunde liegt.⁵ Jeder Einzelfilm ist ein

„(...) industriell erzeugtes individuelles Gut, (...), das Ergebnis eines in den entscheidenden produktionstechnischen und produktionsökonomischen Hinsichten jeweils neuen Herstellungsprozesses.“⁶

Aus diesem Grund spricht man bei der Finanzierung eines Films von einer Projektfiananzierung.⁷

Die Herstellung erfolgt in mehreren Produktionsschritten. In der Regel beginnt eine Filmproduktion mit der Entwicklung eines Filmstoffes aus einer Idee und endet mit der Auswertung des fertigen Produktes.

Für ein einzeln gefertigtes Projekt charakteristisch ist auch der Umstand, dass es jederzeit unterbrochen und beendet werden kann. (Kommt es während der Produktion z. B. zu unerwarteten Kosten, wird an anderer Stelle zugesagtes Budget zu spät oder gar nicht ausgezahlt o. ä., kann schon z. B. während der Stoffentwicklung oder während des Drehs das Projekt unvollendet beendet werden.)

3 Vgl. Eggers, 1997: S. 13

4 Ebd.

5 Vgl. ebd.

6 Dadek, 1957: S. 39

7 Vgl. Eggers, 1997: S. 13

Der Kapitalbedarf einer Filmproduktion ergibt sich aus den Herstellungskosten des Films und den Betriebskosten der Produktionsfirma, also z. B. Büromieten und die Entlohnung Festangestellter. Diese werden auch Gemeinkosten genannt.⁸

Um die Gemeinkosten mit einer oder mehreren Filmproduktion(en) zu decken, wird bei jedem Projekt ein gewisser Prozentsatz als *Handlungskosten* angeführt und in die Kalkulation eingearbeitet. In Deutschland liegt dieser Prozentsatz in der Regel bei 7-8%.⁹ (Bei einem Budget von drei Mio. Euro wären so bei einem Handlungskostensatz von 7% 210 000 Euro für die Deckung der Gemeinkosten der Produktionsfirma vorgesehen.)

Es gibt darüber hinaus aber auch die Möglichkeit, seine Betriebskosten „versteckt“ in verschiedenen Posten innerhalb der Kalkulation zu decken.¹⁰

Um die Gesamtkosten einer Filmproduktion einschätzen zu können, wird ab Beginn des Projektes eine Kalkulation angelegt, die sämtliche Kostenpunkte auflistet. Beginnend mit der so genannten Vorkalkulation, die zur Einschätzung und ersten Kommunikation des Kapitalbedarfs dient, entwickelt man im Laufe des Produktionsprozesses mehrere Kostenpläne, bis schließlich das endgültige Budget feststeht, das sämtliche detaillierte Kosten des Projekts darstellt und für in Verträgen festgelegte Prozentsätze gültig ist.

2.1 Inhalt der Kalkulation

Ein offizielles Muster einer Filmkalkulation gibt die FFA unter ihrer Internetpräsenz heraus¹¹.

Im Folgenden wird nun diese Kalkulation vorgestellt, sowie unter der Berücksichtigung zeitlicher Abfolgen einer Filmproduktion eingeteilt und genauer erklärt. Darüber hinaus wird die Bedeutung speziell für Kurzfilme aufgezeigt und Unterschiede zum klassischen Langfilm dargestellt.

⁸ Vgl. Eggers, 1997: S. 28

⁹ Vgl. ebd.

¹⁰ Vgl. Eggers, 1997: S. 29

¹¹ FFA - Kalkulationsschema Spiel- und Dokumentarfilm, Stand 23.01.15

2.1.1 Preproduktionsphase

I. Vorkosten

Unter dem ersten Punkt der Kalkulation werden alle auftretenden Kosten vor Beginn der Produktionsphase gebündelt.¹²

Diese sind u. a. die Kosten von Recherchearbeiten, insbesondere zu Filmthemen die in verschiedenen Regionen der Welt spielen, speziellen Epochen oder innerhalb einer komplizierten Themenwelt (z. B. Bankenkrimis, Szene-Portraits, Filme über das Militär, Politik uvm.).

Auch ein aufwendiges (weil z. B. internationales) Finanzierungskonzept kann zu hohen Reisekosten führen.¹³

Auch die Gemeinkosten der Filmproduktion werden in die Vorkosten der Kalkulation eingefügt.¹⁴

II. Rechte und Manuskript

Am Anfang eines Films steht immer die Idee. In einer typischen Filmproduktion sind in dieser Phase lediglich ein Autor und ein Produzent, ggf. bereits ein Regisseur und/oder einige Angestellte des Produzenten in das Projekt involviert.

Es gibt verschiedene Kostenpunkte, die bereits in dieser ersten Phase auftreten können:

Handelt es sich bei dem Projekt um eine Adaption etwa eines Buches, Artikels o. ä., müssen in der Regel Verfilmungsrechte erworben werden, bevor sich die Ausarbeitung eines Drehbuches rentiert. Je nach Erfolg des Originalwerkes kann dieser Erwerb mit enormen Kosten verbunden sein. Generell dürfte aber die Regel gelten, dass sich der Kauf von Rechten erfolgreicher Originalwerke aufgrund der bereits erreichten Rezipienten auch in den zu erwartenden Besuchern etwa eines Kinofilms niederschlagen wird. Wenngleich also bereits in einer so frühen Phase hohe Beträge investiert werden, bietet sich eine Chance, hohe Rendite aus dieser Investition erwirtschaften zu können - jedoch immer unter der Berücksichtigung der Willkür des Publikums. Wirtschaftliche Risi-

¹² Vgl. Dress, 2002: S. 94f

¹³ Vgl. ebd.

¹⁴ Vgl. ebd.

ken sind allerdings ein Umstand, den man der Filmproduktion per se zuschreiben muss.

Eine Methode, die anfallenden Kosten für Verfilmungsrechte zu verringern, ist das erstellen von Beteiligungsmodellen. Dies bedeutet, dass z. B. der Rechteinhaber eines zu verfilmenden Romans (i. d. R. Autor und/oder Verlag) eine prozentuale Beteiligung an den Erlösen des Filmwerks erhält.¹⁵

Auch bei der Ausarbeitung eines Originaldrehbuches kommt es bereits zu kostenverursachender Arbeit: Arbeitet ein Autor ohne Auftrag selbstständig an einem Buch, entstehen für ihn (Lebenshaltungs- und Material-)Kosten, die er innerhalb seiner Gage der Produktion in Rechnung stellen wird. Handelt der Autor im Auftrag eines Produzenten, so kann es sein, dass er bereits während der Ausarbeitung des Stoffes bezahlt wird (und somit Kosten für die Produktion, also in der Kalkulation auftauchende Kosten, verursacht). Sowohl die Ausarbeitung des für eine genaue Kalkulation unabdingbaren Drehbuchs, als auch für die Erstellung seines vorangehenden Treatments und Exposés verursacht Kosten.

Das Drehbuch ist deshalb von solcher Relevanz, weil man nur anhand von so genannten Drehbuchauszügen die Kosten der Produktion des Films absehen kann. Ein solcher Drehbuchauszug zeigt alle kostenverursachenden Positionen auf, wie z. B. benötigte Requisiten, den benötigten Stab oder die Informationen zu Drehort oder Tageszeit.¹⁶

2.1.2 Produktionsphase

In die Phase der Preproduktion geht das Projekt für gewöhnlich, wenn die Finanzierung geklärt ist und die Kosten aufgrund einer gefertigten Kalkulation größtenteils absehbar sind.

Von nun an sind mehr Personen in die Produktion involviert und arbeiten gemäß ihrer Gewerke parallel an der Organisation der folgenden Punkte:

III. Gagen

Einen der größten Kostenfaktoren einer Filmproduktion sind die Gagen der Mitarbeiter. Dieser Punkt sieht die Kalkulation der Bezahlung aller an der Produktion beteiligter Personen vor – sowohl die Festangestellten der Produktionsfirma/des Produzenten, als

¹⁵ Vgl. Dress, 2002: S. 97

¹⁶ Vgl. ebd.

auch die freien Mitarbeiter, die lediglich für einen bestimmten Zeitraum eingestellt werden (z. B. der Beleuchter, der nur während der Dreharbeiten benötigt wird). Er ist unterteilt in die Bereiche Produktionsstab (inkl. des Produzenten), Regiestab (inkl. der Regie und des Kameradepartements), Ausstattungsstab, Sonstiger Stab (Hauptsächlich Licht- und Bühnentechniker), Darsteller und Musiker (hier unterscheidet man zwischen Musikern im Bild und denen im Studio).¹⁷

Auch die Gagenzusatzkosten werden in diesem Punkt kalkuliert: z. B. Zuschläge für Samstags- und Sonntagsarbeit und Überstunden, die Arbeitgeberanteile an der Sozial- und Künstlersozialversicherung, Abgaben an die Berufsgenossenschaft.¹⁸

Gesetzliche Regelung der Gagenhöhe

Die Höhe der Gagen unterliegt in Deutschland vor allem zwei rechtlichen Regelungen:

1. Tarifvertrag für Film- und Fernsehschaffende der ver.di FilmUnion

Die ver.di FilmUnion ist die „filmspezifische gewerkschaftliche Interessenvertretung“ in Deutschland und dient als Vertretung aller Film- und Fernsehschaffenden.¹⁹

Mit der Allianz Deutscher Produzenten – Film und Fernsehen e.V. schließt die ver.di FilmUnion regelmäßig Tarifverträge über die Bezahlung von „alle[n] Film- und Fernsehschaffenden, die im Sinne dieses Tarifvertrages mit der Herstellung von Filmen unmittelbar im Zusammenhang stehend abhängig beschäftigt werden“²⁰ ab.

Der Vertrag regelt außerdem z. B. die Arbeitsbedingungen ((Tageshöchst-)Arbeitszeit, Vorbereitungsarbeiten, Tätigkeit des Filmschaffenden), Rechte an Film, Foto und Namen oder Urlaubsansprüche.²¹

Einen Überblick über die tarifliche Mindesthöhe von Wochengagen der Film- und Fernsehschaffenden gibt die im Tarifvertrag aufgeführte und regelmäßig aktualisierte Gagentabelle:²²

Wochengagen	ab Januar 2015
Regie-Assistenz	1 301 €

¹⁷ Vgl. FFA - Kalkulationsschema Spiel- und Dokumentarfilm, Stand 23.01.15

¹⁸ Vgl. Ebd.

¹⁹ Vgl. Verdi - Über Uns, Stand 25.01.15

²⁰ Ebd.

²¹ Vgl. ebd.

²² Ebd., aufgrund von Formatierungsbedingungen für dieses Dokument bearbeitet; [sic]

Continuity	1 058 €
Produktionsleitung	1 712 €
Produktionsleitungs-Assistenz	1 225 €
1. Aufnahmeleitung	1 301 €
2. Aufnahmeleitung	936 €
Motiv-Aufnahmeleitung	936 €
Filmgeschäftsführung	1 268 €
Filmbuchhaltung inkl. Kassenführung	936 €
Produktions-Sekretariat / Team-Assistenz	913 €
Produktionsfahrer (mit Produktionserfahrung)	692 €
Kameramann-/frau	2 755 €
Kamera-Schwenker (nicht lichtsetzend)	1 519 €
1. Kamera-Assistenz / DIT (Digital Imaging Technican)	1 290 €
2. Kamera-Assistenz / Daten-Assistenz	936 €
Schnitt (Filmeditor)	1 434 €
1. Schnitt-Assistenz	848 €
2. Schnitt-Assistenz	736 €
Szenenbild	1 624 €
Szenenbild-Assistenz	1.090 €
Außen-Requisite	1 190 €
Innen-Requisite	1 058 €
Kostümbild	1 434 €
Kostümbild-Assistenz	1 023 €
Kostüंबरaterung	1 235 €
Garderobe/Gewand	996 €
Maske	1 235 €
Ton	1 462 €
Ton-Assistenz	1 058 €
Tagesgagen	
Standfoto	209 €

Tänzer (bei Sololeistung +50%)	232

Tabelle 1: Gagentabelle für Film- und Fernsehschaffende

An tarifliche Gagen halten sich in der Regel alle größeren Produktionen, insbesondere diejenigen, die mit Hilfe von staatlicher Filmförderung und/oder in Ko-Produktion mit öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten hergestellt werden.

Er schützt vor allem vor so genanntem Lohn-Dumping bei Filmproduktionen.

Produktionen, die von kleineren Betrieben unternommen werden, können häufig nicht für alle Positionen den tariflich vereinbarten Mindestsatz zahlen.

2. Höchstgagen im Sinne des Filmförderungsgesetzes FFG

Der Tarifvertrag der ver.di FilmUnion gilt nicht für die Positionen Regie, Herstellungsleitung und für den Produzenten. Diese Positionen werden mit dem Produzenten pauschal vereinbart.

Bis Juli 2006 gab es für diese beiden Positionen eine vom FFG festgelegte Höchstgage, die sich an den Gesamtherstellungskosten der Produktion orientierte. (so konnte z. B. ein Regisseur für einen von der FFA geförderten Spielfilm maximal 128 000 Euro verdienen). Mit der Änderung der FFA-Richtlinien vom 07.07.2006 sind diese Höchstgagen außer Kraft gesetzt worden.

Lediglich der Produzent unterliegt noch dieser Höchstgage: Er darf für sich nur „bis zu 2,5 Prozent der anerkannten Herstellungskosten bis zu deren Höhe von maximal 5.113.000“²³ (also maximal 127 825 Euro) berechnen.

IV. Atelier

Für die Dreharbeiten benötigte Motive findet man entweder an Originalschauplätzen oder eigens angefertigt in einem Film- oder Fernseh-Studio.

Der Vorteil von Originalschauplätzen ist das bereits größtenteils arrangierte Szenenbild, das durch die natürliche Benutzung des Motivs gegeben ist. Dies ist aus produktionseller Sicht ein erheblicher finanzieller Vorteil, da deutlich weniger Arbeit in die Ausstattung und den Aufbau eines Motivs fließen muss. Außerdem spielt aus künstlerischer

²³ Dress, 2002: S. 99

scher Sicht die Authentizität des Motivs eine bedeutende Rolle, was dem Film am Ende einen hochwertigeren Eindruck vermitteln kann.

Originalschauplätze wie z. B. ein Café, ein Privathaus oder Sehenswürdigkeiten können andererseits aber auch enorme Kosten verursachen. Da es keine allgemeine Motivmietvereinbarung gibt und jede Motivmiete neu mit dem Motivgeber verhandelt werden muss, sind den Kosten keine Grenzen gesetzt und deshalb im Vorfeld einer Produktion nur schwer kalkulierbar. An öffentlichen Schauplätzen wie Sehenswürdigkeiten, Straßenzügen oder staatlichen Gebäuden kann es aufgrund der Blockierung des alltäglichen Geschäftsbetriebes oder Eingriffen in den Straßenverkehr zu unberechenbar hohen Kosten kommen. Vor allem aber bei der Miete privater Motive wie Betrieben, Privathäusern o. ä. können die Kosten hoch sein, da z. B. mit dem Ausfall von Tageseinnahmen oder dem Bestreben gerechnet werden muss, wirtschaftlichen Nutzen aus der Vermietung zu ziehen.

Ob es sich finanziell also lohnt, an Originalschauplätzen zu drehen, hängt sowohl vom Verhandlungsgeschick des Produzenten, als auch von der Qualität der vom Motiv gegebenen Mitteln ab.

Alternativ kann für den Film, respektive einzelne Sequenzen, ein Studio/Atelier angemietet werden.

Ein Atelier bietet den Vorteil, dass man die Drehbedingungen genau kennt und sogar (mit-)bestimmen kann.

Ist das Motiv erst einmal aufgebaut, kann es einmalig eingeleuchtet werden und unter idealen Drehbedingungen bespielt und variiert. Besonders bei längeren Dreharbeiten in einem Aufbau kommt dies dem Budget zu gute, da die Arbeit einmal geleistet werden muss und dann jedes Mal neu genutzt.

So verhalten sich die Vor- und Nachteile eines Ateliers jeweils gegenteilig zu denen eines Originalmotivs.

Ein Studiobetreiber bietet zudem meist Ressourcen wie Personal oder einen Requisitenfundes o. ä. an, das in der Regel Teil des Mietvertrages ist.

Es empfiehlt sich bei längerer Miete und ggf. der Nutzung der Ressourcen des Studios die Vereinbarung eines pauschalen Mietpreises. Gleiches gilt auch für einen längeren Dreh in einem Originalmotiv. Der Vorteil dessen ist die bedeutend unkompliziertere und risikofreiere Kalkulierbarkeit.²⁴

²⁴ Vgl. Dress, 2002: S. 112

V. Ausstattung und Technik

Der Punkt *Ausstattung und Technik* umfasst im Kalkulationsschema der FFA insgesamt 58 Einzelpunkte in den Bereichen Drehgenehmigung und Mieten, Bau und Ausstattungen und Technische Ausrüstung. Er verdeutlicht besonders eindrücklich, wie aufwendig eine Filmproduktion ist.

a) Drehgenehmigungen und Mieten

Wie in Punkt IV bereits angesprochen, müssen für Dreharbeiten, die nicht in z. B. einem Atelier, also in keiner eigens für den Filmdreh angemieteten Örtlichkeit stattfinden, Drehgenehmigungen eingeholt werden. Vor allem beim Drehen im öffentlichen Raum, z. B. einem Straßenzug, sind sie unabdingbar. Drehgenehmigungen müssen aber auch bei der Miete von privaten Motiven eingeholt werden, sind dann aber Bestandteil des Mietvertrages.

Für die Beantragung und Einholung der Drehgenehmigungen sind der Produktionsleiter oder der Aufnahmeleiter verantwortlich.²⁵

Während die verantwortlichen öffentlichen Stellen, die sich je nach Region ändern können,²⁶ bereits über Erfahrung im Umgang mit Filmproduktionen haben und deshalb in etwa wissen, worauf sie sich einlassen und unter welchen speziellen Bedingungen und Anforderungen ein Film produziert wird, kann es bei der Anmietung von privaten Motiven hier zu Verunsicherungen oder ähnlichem kommen.

„Grundsätzlich ist zur Erlangung von Drehgenehmigungen ein großes Maß an Fingerspitzengefühl erforderlich. Jedem Ansprechpartner (...) muss das Gefühl vermittelt werden, dass er in den Produktionsprozess eingebunden wird und maßgeblich zum Erfolg des Films beiträgt. Ebenso sollte ihm klargemacht werden, dass er bei der Nichterteilung der Drehgenehmigung relativ einfach zu ersetzen ist und damit für ihn die Chance, an diesem Projekt teilzunehmen, unwiederbringliche [sic] dahin ist. Es ist immer eine Gratwanderung, das Vertrauen der jeweiligen Personen zu erlangen.“²⁷

Dies ist nötig, weil die Kosten für Drehgenehmigungen aufgrund ihrer Willkürlichkeit schwer einzuschätzen sind und für das Filmvorhaben zu einer Bedrohung des gesam-

²⁵ Vgl. Dress, 2002: S. 118

²⁶ Vgl. Dress, 2002: S. 119

²⁷ Ebd.

ten Vorhabens werden können, insbesondere dann, wenn es sich um schwer nachzubauende, inhaltlich wichtige Originalmotive handelt.

Für die Kalkulation selbst können die Kosten für Drehgenehmigungen nur schwer vorhergesehen werden. Lediglich Erfahrungswerte mit ähnlichen Motiven oder durch anderen Produktionen können hier einen Anhaltspunkt bieten. Die Vorkalkulation kann aber ein Gesamtetat für Motivmiete und Drehgenehmigungen ausweisen, der Aufschluss darüber gibt, wie viel im Durchschnitt für ein Motiv ausgegeben werden darf.²⁸

Ebenfalls nicht unerheblich sind die so genannten Motivnebenkosten.

So kommen bei fast jedem Originalmotiv noch Kosten für „Absperrungen und Parkverbote, das Abschleppen von Fahrzeugen, Umbauten direkt am Motiv, Stromanschlüsse und Stromverbrauch, das Aufstellen von sanitären Anlagen, aber auch das Entfernen von 'nicht ins Bild passenden' Gegenständen wie Straßenschilder und Reklametafeln“²⁹ dazu.

b) Bau und Ausstattung

Auf diesen Teil der Kalkulation entfallen viele verschiedene Kostenpunkte. Nicht nur für Baumaßnahmen im Studio oder an Originalmotiven, sondern auch für den Bedarf des Kostümbild- und Maskenbildgewerbes, Requisiten und z. B. Spielfahrzeuge, bis hin zum Bedarf der Abteilungen für Spezialeffekte oder Pyrotechnik muss hier der Finanzbedarf eingeschätzt und kalkuliert werden.³⁰

Auch hier geben wieder die Drehbuchauszüge Einblick in den Bedarf.

Für eine realistische und professionelle Einschätzung des Finanzbedarfs der einzelnen Punkte benötigt die Produktion Know-How in den einzelnen Fachgebieten. Diese kann entweder auf Erfahrungen beruhen oder durch die Mitarbeit von Spezialisten eingeholt werden.³¹

Besonders bei der Produktion von historischen oder anderweitig aufwendigen Filmen (Kostümfilm, Film mit vielen Komparsen, Sci-Fi o. ä.) schlägt die Bewältigung dieser Punkte enorm zu Buche.³²

28 Vgl. Dress, 2002: S. 118

29 Vgl. Dress, 2002: S. 126

30 Vgl. FFA - Kalkulationsschema Spiel- und Dokumentarfilm, Stand 23.01.15

31 Vgl. Dress, 2002: S. 127

32 Vgl. ebd.

c) Technische Ausrüstung

In den Bereich der technischen Ausrüstung fallen z. B. die Anmietung der Kamera- und Lichttechnik.

In der Regel errechnet man den Finanzbedarf für diesen Punkt mit Hilfe von Preislisten der Filmtechnikverleiher. Den Bedarf an Technik hingegen erschließt der Kalkulator aus den Drehbuchauszügen in Kombination mit der Auflösung des Films (dies sind Ausarbeitungen der Regie- und Kameraverantwortlichen, die die Methoden, wie die Bilder entstehen, verdeutlichen und dadurch den Bedarf an Technik für jede einzelne Szene veranschaulichen).

Gängig ist das Mieten der Technik (ein Kauf wäre nur bei regelmäßiger, häufiger Nutzung finanziell sinnvoll) bei nur einem Filmtechnikverleiher. Dies hat den Vorteil, dass i. d. R. Rabatte gewährt werden können. Da eigentlich jeder Verleiher über die gesamte Bandbreite der Technik verfügt und darüber hinaus sogar Fahrzeuge, Praktikanten und Fachpersonal stellen kann, können hier verschiedene Angebote eingeholt und miteinander verglichen werden.

Außerdem ist die Miete von regelmäßig über den gesamten Drehzeitraum genutzten Posten in pauschaler Form ratsam. Lediglich bei Geräten, die nur an bestimmten Drehtagen gebraucht werden (wie z. B. Kräne, Dollys, Steady-Cams), ist die tagesabhängige Miete sinnvoll.³³

VI. Reise- und Transportkosten

Sind die Drehorte und der Drehplan festgelegt, also die Dokumente, die sowohl die Drehorte und die Drehtermine darstellen, kann der Kalkulator mit der Planung der Logistik beginnen.

Dieser Teil der Kalkulation umfasst die Reise- und Transportkosten von Team und Technik zu den verschiedenen Drehorten, sowie Hotel- und Spesenkosten.

Diese Kosten sind in der Regel bei Einhaltung des Drehplans bereits im Vorfeld relativ genau einzuschätzen.

³³ Vgl. Dress, 2002: S. 127f

2.1.3 Postproduktionsphase

VII. Filmmaterial und Bearbeitung

Nach Beendigung der Dreharbeiten wird das generierte Rohmaterial zur Bearbeitung weitergegeben. Diese Bearbeitungsschritte sind durch den Wechsel vom analogen Ton- und Videoband zu digitalen Daten übersichtlicher und günstiger geworden.

Auch die Erstellung des Trailers wird in diesem Punkt berücksichtigt.

VIII. Endfertigung

Trotz des wie erwähnt meist digitalen Workflows ist die Endfertigung eines Films immer noch einer der großen Kostenfaktoren einer Filmproduktion. Mit inbegriffen sind hier u. a. die Positionen Schnitt, Farbbearbeitung und Tonmischung.

In Ausnahmefällen kann dieser Punkt unerwartet groß ausfallen, falls z. B. der Film komplett umgeschnitten werden muss o. ä. Diese Kosten sind im Vorfeld nicht zu kalkulieren, da sie nicht der Regel entsprechen und daher auch kaum erwartet werden.

IX. Versicherungen

Um die Produktion und insbesondere das Budget vor unvorhersehbaren Risiken zu schützen, ist eine Filmversicherung für die Produktion unabdingbar.

Es gibt eine Vielzahl von spezialisierten Filmversicherern, die gewöhnlich die gleichen Bereiche abdecken. Besonders wichtig sind:

Personenausfall

Wenn sich eine Unterbrechung oder gar ein Ausfall der Dreharbeiten durch z. B. den krankheitsbedingten Ausfall eines oder mehrerer Mitarbeiter ergibt, tritt diese Versicherung in Kraft.³⁴ Insbesondere die essentiellen Positionen wie Regisseur oder Hauptdarsteller können zu solchen Drehausfällen führen.

Produktionshaftpflicht

Der Haftpflichtschutz einer Filmproduktion ist nicht nur häufig Bedingung für Drehgenehmigungen, weil er die Kosten für etwaige Beschädigungen an Motiven deckt³⁵, sondern auch für die risikofreie Beschäftigung von freien Mitarbeitern.

³⁴ Vgl. Deutsche Filmversicherungsgesellschaft - Bild-, Ton und Datenträgerversicherung, Stand 23.01.15

³⁵ Vgl. ebd.

Filmmaterial und Negativversicherung

Wichtig ist auch die Versicherung von Datenträgern wie Speicherkarten oder – falls es sich um eine analoge Aufnahmemethode handelt – Video- oder Tonbändern. Geleistet werden dann i. d. R. die Wiederherstellungskosten.³⁶

Geräteversicherung, Requisiten- und Ausstattungsversicherung

Diese Versicherungsprodukte schützen den Produzenten u. a. vor Kosten, die durch Zerstörung oder Verlust von Technik oder Ausstattungsgegenständen entstehen.³⁷

Completion Bond

„Der Completion Bond hilft das Kreditrisiko der Investoren zu minimieren. Er garantiert, das Filmprojekte fertiggestellt werden können, wenn es zu Zeit- und Budgetüberschreitungen kommt oder im schlimmsten Fall die Produktion [sic] abgebrochen werden muß [sic]. Ein Completion Bond ist ein komplexes Vertragswerk zwischen Garantiegeber (Versicherer), Produzent und Financier.“³⁸

X. Allgemeine Kosten

Dieser Punkt deckt die Kosten, die für den „reibungslosen Arbeitsablauf in den Produktionsbüros“³⁹ nötig sind, ab. Diese sind u. a. Bürokosten (u. a. Material, Geräte, Miete), die Kosten der Überprüfung des Films durch die Freiwillige Selbstkontrolle der Filmwirtschaft, FSK, sowie z. B. die Kosten für Rechts- und Steuerberatung oder Bewirtungen.⁴⁰

XI. Kostenmindernde Erträge

Unter diesem Punkt sieht die Kalkulation die Angabe von Gewinnen vor, die z. B. durch den Verkauf von Filmrequisiten erwirtschaftet wurden.⁴¹

Ein beispielhafter Fall wäre die Anschaffung einer besonderen Lampe für den Film, die dann im Punkt V b) 235 (Requisiten: Kauf) aufgeführt würde. Diese könnte dann nach

36 Vgl. Deutsche Filmversicherungsgesellschaft - Bild-, Ton und Datenträgerversicherung, Stand 23.01.15

37 Vgl. ebd.

38 Medienbüro Nord - Produkte, Stand 23.01.15

39 Dress, 2002: S. 157

40 Vgl. FFA - Kalkulationsschema Spiel- und Dokumentarfilm, Stand 23.01.15

41 Vgl. Dress, 2002: S. 159

Gebrauch weiterverkauft werden. Weiß der Kalkulator schon im Vorfeld davon (weil eine diesbezügliche Einigung mit einem Käufer bereits besteht), kann er den Wiederverkaufsbetrag hier aufführen.

Auch Gelder von Sponsoren oder aus Versicherungsleistungen werden hier aufgeführt.⁴²

2.2 Besonderheiten beim Kurzfilm

Für Kurzfilme gibt es nur eine verhältnismäßig geringe Chance auf wirtschaftlichen Erfolg in der Auswertung. Es gibt zwar die Möglichkeit, Preisgelder auf Kurzfilmfestivals zu gewinnen (dazu im späteren Verlauf dieser Arbeit mehr), hiervon profitieren aber natürlich nur wenige Werke und zweitens meist auch nicht in einer finanziellen Höhe, die die Kosten einer Produktion decken. Grundsätzlich gibt es aber keinen Absatzmarkt wie etwa beim Langfilm, der im Kino und im TV-Programm läuft und dort Zuschauer generiert. Nichtsdestotrotz kostet auch die Produktion von Kurzfilmen Geld.

Jedoch unterscheidet sich der Finanzbedarf eines Kurzfilms in vielerlei Hinsicht von der eines abendfüllenden Spielfilms. Bevor aber der Unterschied im Finanzbedarf zum Langfilm erörtert werden kann, muss eine grundsätzliche Frage beantwortet werden:

Wieso werden Kurzfilme überhaupt produziert?

Wenn es so gut wie keinen finanziellen Grund gibt, einen Kurzfilm zu produzieren, wo ist dann seine wirtschaftliche Berechtigung?

Zur Beantwortung dieser Frage ist es nötig, sich vor Augen zu führen, *wer* Kurzfilme produziert:

In der Regel werden Kurzfilme von jungen Filmemachern produziert. Gründe einer solchen Produktion sind in der Regel die Möglichkeit für alle Gewerke, Erfahrungen zu sammeln und gelerntes zu professionalisieren, sowie (vor allem für die Hauptverantwortlichen der kreativen Gewerke Buch, Regie, Schauspiel, Kamera und für den Produzenten) die Möglichkeit, auf sich innerhalb der Filmbranche aufmerksam machen zu können.

Der Nutzen einer Kurzfilmproduktion liegt also nicht in der Möglichkeit der finanziellen Auswertung, sondern vielmehr in einer Art Eigenwerbung für zukünftige, bezahlte Pro-

42 Ebd.

jekte und der Verbesserung des eigenen Marktwertes durch das Generieren von Know-How.

Aus diesem Grund sind vor allem diejenigen Mitarbeiter, die besonderen Nutzen aus der Produktion ziehen (die erwähnten Hauptverantwortlichen), bereit, unentgeltlich bzw. mit Rückstellung ihrer Gagen zu arbeiten.

Außerdem findet man bei einer Kurzfilmproduktion häufig Doppelbesetzungen (z. B. verfilmt ein Regisseur nicht selten sein eigenes Drehbuch oder ist gleichzeitig der Produzent des Films).

Wie bereits erwähnt ergeben sich aus diesen Bedingungen folgende Besonderheiten im Finanzbedarf einer Kurzfilmproduktion.⁴³

Vorkosten, Rechte, Manuskript

Die wohl am häufigsten anzutreffende Variante einer Kurzfilmproduktion ist die, in der kein bereits vorher veröffentlichtes Werk verfilmt wird. Das heißt, dass es sich in den meisten Fällen um ein Originaldrehbuch handelt. Außerdem verzichtet hier der Autor in der Regel auf seine Gage – häufig auch deshalb, weil der Autor gleichzeitig der Regisseur, manchmal sogar der Produzent des Films ist.

Dies hat zur Folge, dass bei einer typischen Kurzfilmproduktion für Rechte und Manuskript keine Kosten anfallen.

Lediglich die Vorarbeit, z. B. die Recherche oder Vorgespräche mit Darstellern, Regisseur, aber auch Experten eines Recherchethemas, verursacht hier Kosten. Ob und inwiefern diese Kosten in die Projektkosten einfließen, hängt u. a. von der Möglichkeit ab, den Film fördern zu lassen, oder davon, ob mit Gewinnen bei der Festivalauswertung gerechnet wird. Diese Bedingungen verlangen eine genaue Kalkulation und Abrechnung. Handelt es sich aber um eine semi-professionelle Produktion, werden diese Kosten häufig ohne erwartete Rückerstattung vom Produzenten getragen.

Crew & Cast

Eine wichtige Besonderheit des Kurzfilms ist die häufig komplette Gagenrückstellung des Stabs und der Darsteller.

Da die meisten Beteiligten einen karrierefördernden Effekt der Produktion erwarten und ohnehin in den meisten Fällen nicht mit finanziellem Gewinn zu rechnen ist, fließt die

⁴³ Es wird hier vom Regelfall einer z. B. studentischen Kurzfilmproduktion ausgegangen. Auch *Ein Dorf* unterliegt diesen Bedingungen.

Arbeitskraft der Mitarbeiter und Künstler häufig in eine Art in die Produktion ein, die mit dem bedingt rückzahlbaren Darlehen einer Förderung zu vergleichen ist.⁴⁴

Aus diesem Grund kann ein Kurzfilm häufig produziert werden, ohne Gage an die Filmhersteller zu zahlen.

Anders verhält es sich allerdings mit der Verpflegung der Mitarbeiter.

Das Catering ist ein wichtiger Bestandteil jeder Filmproduktion und je nach Qualität (und Quantität) entscheidend für die Motivation des Teams. Hierdurch ist es ein Kostenfaktor, auf den man nur in den seltensten Fällen verzichten kann.

Es gibt allerdings die Gelegenheit, Betriebe wie Lieferdienste, Supermärkte oder Bäckereien um Sachleistungen in Form von Sponsoring zu bitten. Nicht selten wird eine solche Hilfe gewährt.

Technik, Ausstattung, Requisite

Vor allem die nötige Filmtechnik kann in häufigen Fällen von Filmtechnikverleihern günstig, meist sogar kostenfrei geliehen werden. Die meisten Verleiher verlangen allerdings eine Kautions für ihre Technik – ein Punkt, der in jedem Fall direkte monetäre Mittel verschlingt.

Die Verleiher sind zu einem solchen Sponsoring bereit, weil sie sich davon eine Kundenbindung versprechen. Es herrscht hier die (nicht unberechtigte) Theorie, dass ein junger Filmhersteller, der einmal kostenfrei Technik von einem Unternehmen bezogen hat, in einem späteren Punkt seiner Karriere eine Produktion mit besseren finanziellen Mitteln mit Technik eben dieses Verleihers versehen wird.

Bei dem Bedarf der Maskenabteilung kommt es in der Regel immer zu Kosten, da hier Verbrauchsmaterialien genutzt werden, die nur selten von den Herstellern selbst gestellt werden. Für den Produzenten gibt es lediglich dann die Möglichkeit, Kosten zu reduzieren, wenn der Maskenbildner die Produkte zusammen mit seiner Arbeitskraft zur Verfügung stellt – also sowohl seine Arbeit, als auch seine Verbrauchsmaterialien zum Bestandteil seines Sponsorings (oder seiner Gagenrückstellung) macht.

Für die Abteilungen Ausstattung und Requisite gibt es, ähnlich wie bei den Filmtechnikverleihern, die Möglichkeit, sich den Bedarf von spezialisierten Dienstleistern kostenfrei zu leihen. Des Weiteren wird häufig mit Gegenständen gearbeitet, die eines der Crew-

44 Vgl. Kapitel 3

mitglieder privat besitzt. (Beispiel: Bei einem nicht spezifizierten Wunsch nach einem Spielfahrzeug wird häufig das Privatfahrzeug eines Crewmitgliedes genutzt).

Ebenso verhält es sich mit der Kostümabteilung. Hier wird entweder auf die private Garderobe der Darsteller zugegriffen oder ein Sponsoringantrag an Kostümfundi gestellt.

Logistik

Ein Kostenfaktor, der bei beinahe allen Kurzfilmproduktion unüberwindlich ist, sind Treibstoffkosten. Erfahrungsgemäß gibt es hier kaum Spielraum für Sponsoring.

Da für einen Film in der Regel mindestens ein Kleintransporter angemietet werden muss, kann auch dieser Punkt Kosten verursachen. Es gibt allerdings auch hier die Möglichkeit auf Sponsoring, z. B. bei dem Unternehmen Starcar, das für Filmprojekte die Möglichkeit bietet, einen Kleintransporter kostengünstiger zu mieten.⁴⁵

Postproduktion & Auswertung

Bei einer typischen Kurzfilmproduktion findet der Schnitt und die Bearbeitung des Materials häufig im privaten Umfeld statt. Der Cutter verfügt in aller Regel über ein Schnitt- und Bearbeitungssystem, dass er der Produktion zur Verfügung stellt und teil seiner Rückstellung ist.

In manchen Fällen erklären sich Dienstleister auch hier (insbesondere im Bereich der Mischung) bereit, am Film mitzuarbeiten. Hier gilt die gleiche Motivation wie die der Technikverleiher, also die Bindung zukünftiger Kunden.

45 Vgl. Starcar Autovermietung - Sponsoring, Stand 29.01.15

3 Möglichkeiten der Filmfinanzierung

In den wenigsten Fällen werde Filme in Deutschland nur mit den Eigenmitteln des Produzenten hergestellt.⁴⁶

Da deutsche Filme häufig in erster Linie für den heimischen Markt hergestellt werden, gibt es keine ausreichend große Distributionsmöglichkeit, um die Kosten der meisten Projekte wieder einzuspielen. Zumindest dann nicht, wenn die Kosten komplett vom Produzenten bestritten würden.

Insbesondere die Konkurrenz durch amerikanische Filme macht dem deutschen Filmmarkt zu schaffen. Im Gegenzug haben es nicht-amerikanische Produktionen schwer, auf dem amerikanischen und internationalen Filmmarkt Erfolg zu verbuchen. Bei vielen in z. B. Deutschland erfolgreichen nationalen Filmen dreht Hollywood hier lieber eine neue Version mit amerikanischen Darstellern. In diesem Fall kann dann in der Regel die deutsche Ursprungsproduktion nur durch den Verkauf von Rechten an dem Material verdienen.⁴⁷

Aus unter anderem diesem Grund ist es für deutsche Filmproduktionen unabdingbar, ihre Finanzierung aus mehreren Quellen zu generieren.

Film ist nicht nur ein wirtschaftliches Produkt, sondern auch ein Kunstwerk. Für diese beiden Seiten gibt es Finanzierungsquellen, die sich aus unterschiedlichen Gründen an der Finanzierung des Films beteiligen:

„Da der Film an sich ein hybrides Produkt zwischen Konsumartikel und Kulturgut ist, bewegen sich die möglichen Finanzierungselemente und Investoreninteressen in ihrer Art zwischen finanziellen, wirtschafts- und standortpolitischen sowie kulturellen Interessen. Daher gestalten sich die entsprechenden Erwartungen, Auflagen und Bedingungen einer Finanzierungsbeteiligung je nach Interesse des Investors unterschiedlich.“⁴⁸

⁴⁶ Vgl. Zwirner, 2012: S. 95

⁴⁷ Wie z. B. bei der deutschen Produktion *Keinohrhasen* von Til Schweiger.

⁴⁸ Zwirner, 2002: S. 95

Für den Produzenten ist es in der Regel besonders bei der Auswertung des Films und der etwaigen Erwirtschaftung von Gewinn von Interesse, welcher der Kapitalgeber ein wirtschaftliches Interesse verfolgt.

Aus diesen Gründen steht am Anfang einer Filmproduktion und deren Finanzierung zunächst ein Hauptproblem für den Produzenten:

„Wie wird ein gegebener Kapitalbedarf durch verschiedene mögliche Kapitalformen gedeckt?“⁴⁹

Im Folgenden wird ein Überblick über verschiedene Finanzierungsmöglichkeiten gegeben, die sich etabliert haben. Hier spielt insbesondere die Filmförderung in Deutschland (und Europa) eine große Rolle.

3.1 Eigenmittel der Produktionsfirma

Die Filmproduktionsfirma kann sich entweder allein durch ihr Eigenkapital finanzieren oder Fremdkapital heranziehen. Sie muss sich dabei für jede Produktion die Frage nach einer optimalen Mischung der Kapitalstruktur stellen. Aus dieser Finanzierungsstruktur ergeben sich dann die Eigenmittel der Produktionsfirma, respektive des Produzenten.

3.1.1 Eigenkapital

Vor allen anderen steht zunächst natürlich das Eigenkapital des Produzenten. Es ist Grundstein für alle weiteren Fremdfinanzierungsquellen und wird bei Inanspruchnahme einer Filmförderung auch in seiner Mindesthöhe gesetzlich vorgeschrieben.⁵⁰

Eine Filmproduktionsfirma wird entweder eigens für den Film gegründet oder produziert mehrere Filme. In jedem Fall steht hinter einem Film in der Regel immer ein solches Unternehmen.

Eigenkapital ist eine Einlage des Eigentümers in sein eigenes Unternehmen, im Umkehrschluss macht ihn eben diese Einlage zum Eigentümer. Erwirtschaftet dieses Unternehmen einen Gewinn, kann der Eigentümer entscheiden, ob die Gewinne ausgeschüttet werden oder im Unternehmen verbleiben und für zukünftige Projekte oder Investitionen verwendet. Er verpflichtet sich allerdings gleichzeitig, die Verluste des Un-

49 Eggers, 1997: S. 31

50 Vgl. Filmförderungsgesetz FFG §34 Absatz 1

ternehmens zu tragen. Das bedeutet, dass er im Falle von Verlust keinen Anspruch auf Rückzahlung seiner Einlage hat.⁵¹

Für ein Filmproduktionsunternehmen bedeutet dies, dass Im Fall von Gewinn der Produzent diesen entweder an sich selbst ausschütten oder z. B. für die Produktion von weiteren Filmen verwenden kann. Wird ein Unternehmen (meist eine GmbH) eigens für die Produktion eines Filmes gegründet, kann damit gerechnet werden, dass die etwaigen Gewinne an den Produzenten ausgeschüttet werden. Dieser kann eine Privatperson sein, aber auch eine Muttergesellschaft.

Stellt eine Filmproduktionsfirma mehrere Filme her, ist dennoch jeder einzelne Film eine „separate Wirtschaftseinheit“, da sich die Kosten des Projektes und die Gewinne jeweils genau dem einzelnen Film zurechnen lassen.⁵² Trotzdem hat ein etwaiger Finanzpartner von Film A bei einem Verlust der Produktion auch Anspruch auf etwaige Gewinne der Produktion von Film B einer Produktionsfirma. Ist das Unternehmen jedoch nur für die Produktion eines Films gegründet worden, haftet diese auch nur für den Gewinn und Verlust dieser Produktion.⁵³

Neben dem rein monetären Teil besteht Kapital aber auch aus Sachen und Leistungen. Zum Beispiel kann es vorkommen, dass eine Filmproduktionsfirma über Filmtechnik verfügt. Innerhalb der Kalkulation ist Budget für die Kameramiete vorgesehen. Dieser Punkt fällt bei Besitz einer Kamera durch den Produzenten weg. Der dafür vorgesehene Betrag (der marktüblicher Preis) kann so dem Eigenkapital des Produzenten zugerechnet werden. Außerdem kann die Arbeitsleistung des Produzenten als Eigenkapital in die Kalkulation einfließen.⁵⁴

3.1.2 Fremdkapital

Der Produzent kann sein Kapital zusätzlich zur Nutzung seiner eigenen Ressourcen auch noch von Dritten akquirieren. Kennzeichnend für Fremdkapital ist, dass der Kapitalgeber hier kein Eigentümer des Unternehmens ist.⁵⁵

Aus diesem Grund hat der Fremdkapitalgeber auf der einen Seite zwar keine Mitspracherechte in Fragen des Unternehmens oder der Filmproduktion, dafür im Gegenzug

⁵¹ Vgl. Eggers, 1997: S. 31

⁵² Vgl. Eggers, 1997: S. 32

⁵³ Vgl. Eggers, 1997: S. 33

⁵⁴ Vgl. Eggers, 1997: S. 32

⁵⁵ Vgl. ebd.

aber das Recht auf Rückzahlung seines dem Produzenten zur Verfügung gestellten Kapitals und dessen Verzinsung.⁵⁶

Bei der Verwendung von Fremdkapital ist also das Risiko für den Produzenten bei ausbleibendem Gewinn des Films erhöht, da der Fremdkapitalgeber das Recht hat (von dem er in der Regel auch Gebrauch machen wird), sein eingelegtes Kapital zurückzuverlangen.

3.2 Filmförderung

Aus den in der Einleitung dieses Kapitel genannten Gründen haben sich in vielen europäischen Ländern Filmförderungen entwickelt.

Diese dienen sowohl dem Zweck der wirtschaftlichen Förderung vor allem aufgrund der Konkurrenz durch die amerikanische Filmindustrie, als auch dem Interesse an Erhaltung der europäischen (und nationalen) Kultur.⁵⁷

In Deutschland gibt es verschiedene Formen der Filmförderung. Zunächst wird im Folgenden der Unterschied zwischen direkter und indirekter Filmförderung dargestellt. Außerdem werden die für das in dieser Arbeit als Beispiel dienende Filmprojekt relevante Förderungsmöglichkeiten erörtert.

3.2.1 Indirekte Filmförderung

Um es Filmindustrie eines Landes zu ermöglichen, trotz der genannten Bedingungen eine sowohl wirtschaftliche, als auch kulturell vielfältige und kreative Filmlandschaft zu erhalten gibt es einige indirekte Möglichkeiten der Förderung:

Schutzfrist für die Kinoauswertung

Besonders für den Zuschauer, respektive den Rezipienten und Kunden der Filmindustrie, ist die Schutzfrist für die Kinoauswertung die am deutlichsten spürbare indirekte Förderung durch den Gesetzgeber.

Sie regelt gesetzlich, dass ein Kinofilm zunächst nur im Kino aufgeführt werden und erst nach einer bestimmten Zeit die Videoauswertung folgen darf. Erst dann, meist zwei Jahre nach der Uraufführung im Kino, darf eine Pay-TV- und später eine Free-TV-

⁵⁶ Vgl. Eggers, 1997: S. 33, sowie Vorbaum, 1990: S. 38, zitiert nach Eggers, 1997: S. 33

⁵⁷ Vgl. Eggers, 1997: S. 77

Ausstrahlung folgen. Die Auswertung über Video-on-Demand-Dienste erfolgt i. d. R. vor der Pay-TV-Auswertung.

Die Schutzfrist für die Kinoauswertung dient dem Interesse der Filmwirtschaft insofern, als sie dem Kino eine gewisse Exklusivität garantiert. Dies ist von Bedeutung, da die Kinoauswertung für einen Film häufig die größte Ertragsquelle ist, gefolgt mit der Videoauswertung.

Steuervorteile

Diese Form der indirekten Förderung beinhaltet z. B., dass die Leistungen der Filmwirtschaft in Deutschland einem ermäßigtem Umsatzsteuersatz von 7% unterliegen. Dadurch werden die Kosten für die Herstellung eines Films gesenkt. Diese Regelung gilt z. B. auch für die Aufführung im Kino.⁵⁸

Ein prominentes Beispiel für eine solche indirekte Förderung ist die Filmproduktion der Trilogie „Der Herr der Ringe“ von Peter Jackson in Neuseeland. Hier hat der Staat der Produktionsfirma die Umsatzsteuerpflicht einfach ganz erlassen, weil er sich von der aus dem Erfolg des Films ergebenden Interesse an Neuseeland einen Aufschwung des Tourismus erhofft hat. (Dieser ist auch eingetreten).

Des Weiteren wurde in den fünfziger Jahren der Vergnügungssteuersatz von 20% auf die Kinoumsätze abgeschafft⁵⁹

Quotenregelungen

Solche Regelungen gelten für Fernsehanstalten - ihnen wird z. B. auferlegt, dass „der Hauptteil“ des Programms aus europäischen Produktionen stammt. Hierdurch „zwingt“ der Gesetzgeber die Sendeanstalten sozusagen dazu, Koproduktionen mit den Filmherstellern einzugehen, um ihren Bedarf an Inhalt zu decken.⁶⁰

3.2.2 Direkte Filmförderung auf staatlicher Ebene

Neben diesen indirekten Förderungsmöglichkeiten bestehen aber auch diverse direkte, die meist den Zweck haben, das mangelnde Budget der Filmhersteller zu erhöhen, das nötig für eine ansprechende Qualität und Vielfalt der Produktionen ist.

⁵⁸ Vgl. Eggers, 1997: S. 79

⁵⁹ Vgl. ebd.

⁶⁰ Vgl. ebd.

Die direkte Filmförderung erteilt Produktionen aber nicht nur Darlehen oder lässt ihnen finanzielle Zuschüsse zukommen, sondern fördert die Filmwirtschaft auch durch Beratung (diverse Förderanstalten beraten Filmemacher in der dramaturgischen Ausarbeitung ihres Stoffes oder bei der Suche nach Stabmitgliedern, Dienstleistern oder z. B. bei der Motivsuche), oder durch die Verleihung von Filmpreisen (z. B. Deutscher Filmpreis, siehe Kapitel 3.2.2.2).

Filmförderung kann für alle Schritte einer Filmproduktion beantragt werden, z. B. für die Drehbuchentwicklung, die Produktion, Postproduktion oder für die Auswertung.

In Deutschland gibt es eine Vielzahl von Filmförderungen, einige davon agieren auf Bundesebene, die meisten auf Landesebene (wie z. B. die Filmstiftung NRW). Die (hauptsächlich für den als Beispiel zugrunde liegenden Kurzfilm) wichtigsten werden im Folgenden vorgestellt:

3.2.2.1 Filmförderungsanstalt FFA

Mit einem jährlichen Budget von rund 76 Mio. Euro unterstützt die FFA die deutsche Filmwirtschaft in allen Phasen einer Filmproduktion. Hierbei ist sie sowohl der Förderung der Wirtschaftlichkeit des deutschen Films verpflichtet, als auch der Förderung der deutschen Kultur.⁶¹

Aufgaben der FFA

„Die FFA hat die Aufgabe,

1. Maßnahmen zur Förderung des deutschen Films sowie zur Verbesserung der Struktur der deutschen Filmwirtschaft durchzuführen;
2. die gesamtwirtschaftlichen Belange der Filmwirtschaft in Deutschland einschließlich ihrer Beschäftigten zu unterstützen, insbesondere durch Maßnahmen zur Marktforschung und zur Bekämpfung der Verletzung von urheberrechtlich geschützten Nutzungsrechten sowie zur Filmbildung junger Menschen;
3. die Digitalisierung des deutschen Filmerbes zu fördern;
4. die internationale Orientierung des deutschen Filmschaffens und die Grundlagen für die Verbreitung und marktgerechte Auswertung des deut-

61 Vgl. FFA in Kürze: Stand 01.02.15

schen Films im Inland und seine wirtschaftliche und kulturelle Ausstrahlung im Ausland zu verbessern;

5. deutsch-ausländische Gemeinschaftsproduktionen zu unterstützen;

6. die Zusammenarbeit der Filmwirtschaft und den Fernsehveranstaltern zur Stärkung des deutschen Kinofilms zu unterstützen;

7. die Bundesregierung in zentralen Fragen der Belange des deutschen Films zu beraten, insbesondere im Hinblick auf die Unterstützung der Filmwirtschaft und die Harmonisierung der Maßnahmen auf dem Gebiet des Filmwesens innerhalb der Europäischen Union;

8. auf eine Abstimmung der Koordinierung der Filmförderung des Bundes und der Länder hinzuwirken.⁶²

Struktureller Aufbau der FFA

Die Geschäfte der FFA führt ein alleiniger Vorstand (zur Zeit Herr Peter Dingens). Ihm steht je eine erste und zweite Stellvertretung zu. Die FFA beschäftigt 55 Mitarbeiter. Sie verfügt über einen Verwaltungsrat, bestehend aus 36 Mitgliedern vom Deutschen Bundestag, vom Bundesrat, von der für Kultur und Medien zuständigen obersten Bundesbehörde, von den Verbänden der Film- und Videowirtschaft, von den öffentlich-rechtlichen und privaten TV-Sendern, von der Deutschen Filmakademie, vom Verband Deutscher Filmexporteure, den Gewerkschaften und den Kirchen. Aus diesen Mitgliedern wird darüber hinaus ein 10-köpfiges Präsidium gewählt, das die Tätigkeit des Vorstandes überwacht.⁶³

Von den Verbänden der Filmschaffenden (z. B. dem Verband Deutscher Produzenten, dem Verband Deutscher Drehbuchautoren, dem Bundesverband der Film- und Fernsehregisseure in Deutschland oder vom HDF Kino), den Rundfunkanstalten, vom Deutschen Bundestag und der Bundesregierung werden insgesamt 13 Mitglieder für die Vergabekommission ernannt.⁶⁴

62 FFG §2 Absatz 1

63 Vgl. FFA in Kürze: Stand 01.02.15

64 Vgl. FFG §8

Für die Entscheidung über die Vergabe von Förderungsmitteln insgesamt sechs Unterkommissionen in den Bereichen Drehbuch, Deutsch-Französisches Abkommen, Verleih/Marketing, Video, Kino und Kopienförderung gebildet.⁶⁵

Die Filmförderungsanstalt fördert Filme mittels einer Projektfilmförderung, also einer projektbezogenen, selektiven Förderung, über deren Vergabe bei jedem Filmprojekt einzeln entschieden wird, sowie einer automatischen Referenzfilmförderung.⁶⁶

Darüber hinaus fördert sie u. a. auch Kurzfilme und die Entwicklung von Drehbüchern.

Voraussetzung hierbei ist, dass der Film den im FFG unter §15 festgelegten „Allgemeinen Förderungsvoraussetzungen“ entspricht. Im Folgenden wird ein Auszug dieser Bedingungen dargestellt:

„Förderungshilfen werden für programmfüllende Filme gewährt, wenn

1. der Hersteller seinen Wohnsitz oder Sitz oder, sofern der Hersteller seinen Wohnsitz oder Sitz in einem anderen Mitgliedstaat der Europäischen Union oder in einem anderen Vertragsstaat des Abkommens über den Europäischen Wirtschaftsraum oder in der Schweiz hat, eine Niederlassung im Inland hat und die Verantwortung für die Durchführung des Filmvorhabens trägt,
2. wenigstens eine Endfassung des Films [...] in deutscher Sprache gedreht oder synchronisiert hergestellt ist,
3. für Atelieraufnahmen Ateliers, Produktionstechnik und für die Postproduktion technische Dienstleistungsfirmen benutzt worden sind, die ihren Sitz im Inland [...] haben. [...],
4. die Regisseurin oder der Regisseur Deutsche oder Deutscher [...] ist oder dem deutschen Kulturbereich angehört [...],
5. der Film kulturelle, historische oder gesellschaftliche Fragen zum Thema hat,

⁶⁵ Vgl. FFA in Kürze: Stand 01.02.15

⁶⁶ Vgl. ebd.

6. der Film in deutscher Sprache im Inland oder auf einem Festival [...] als deutscher Beitrag welturaufgeführt worden ist,
7. wenigstens eine Endfassung des Films in jeweils einer Version mit deutscher Audiodeskription und mit deutschen Untertiteln für hörgeschädigte Menschen hergestellt worden ist und
8. mindestens zwei der folgenden Voraussetzungen erfüllt sind:
 - a) das Originaldrehbuch [...] verwendet überwiegend deutsche Drehorte [...];
 - b) die Handlung oder die Stoffvorlage ist deutsch [...];
 - c) der Film verwendet deutsche Motive [...];
 - d) die Handlung oder die Stoffvorlage beruht auf einer literarischen Vorlage oder entstammt traditionellen Märchen oder Sagen;
 - e) die Handlung oder die Stoffvorlage befasst sich mit Lebensformen von Minderheiten, wissenschaftlichen Themen oder natürlichen Phänomenen;
 - f) der Film setzt sich mit sozialen, politischen oder religiösen Fragen des gesellschaftlichen Zusammenlebens oder der Lebenswirklichkeit von Kindern auseinander;
 - g) der Film befasst sich mit Künstlerinnen oder Künstlern oder Kunstgattungen.“⁶⁷

Projektfilmförderung

Die FFA kann einem Produzenten bis zu einer Mio. Euro für die Produktion eines abendfüllenden Spielfilms (>79 Minuten Länge⁶⁸) gewähren, wenn dieser ein geeignetes und den Richtlinien des FFG entsprechendes Konzept vorlegen kann:

„Die FFA kann Projektfilmförderung für die Herstellung eines Films als bedingt rückzahlbares, zinsloses Darlehen gewähren, wenn der Antrag eines Produzenten aufgrund des Drehbuchs, der Kalkulation, dem Finanzierungs-

⁶⁷ FFG § 15 Absatz 1

⁶⁸ FFG §14a Absatz 1

plan, der Stab- und Besetzungslisten und gegebenenfalls der Auswertungsverträge einen Film erwarten lässt, der geeignet erscheint, die Qualität und die Wirtschaftlichkeit des deutschen Filmes zu verbessern. Über die Anträge entscheidet eine aus zwölf Mitgliedern bestehende Vergabekommission. Die Höhe der Projektfilmförderung kann in der Regel ca. acht bis zehn Prozent der Herstellungskosten bzw. des deutschen Finanzierungsanteils betragen - im Einzelfall bis zu € 1 Mio. Eine Eigenbeteiligung des Produzenten in Höhe von mindestens fünf Prozent ist erforderlich. Die Rückzahlung des Förderdarlehens beginnt in der Regel sobald die Erlöse des Herstellers aus der Verwertung des Films fünf Prozent der anerkannten Herstellungskosten erreichen.“⁶⁹

Referenzfilmförderung

Dieses Förderungskonzept sieht eine automatische, nachträgliche Förderung für Filme vor, dem ein Punktesystem zugrunde liegt. Ihre Höchstsumme beläuft sich auf zwei Mio. Euro.⁷⁰

Die Referenzpunktezahl eines Films wird anhand der verkauften Kinokarten in Deutschland und dem Erfolg bei nationalen wie internationalen bedeutsamen Filmfestivals und -preisen ermittelt.⁷¹

Hierbei entspricht ein Referenzpunkt einem Kinobesucher innerhalb des ersten Jahres nach Erstaufführung. Wenn ein Erfolg bei Filmfestivals und -preisen angerechnet werden soll, wird eine Mindestbesucherzahl von 50 000 vorausgesetzt.⁷²

Außerdem verringert sich die Höhe der benötigten Referenzpunkte bei der Auszeichnung mit dem Prädikat „besonders wertvoll“ der Filmbewertungsstelle Wiesbaden.⁷³

Im Folgenden werden die für einzelne Filmarten benötigten Referenzpunkte aufgeführt:

69 FFA: Kurzinformationen, Stand 01.02.15

70 FFG §22 Absatz 4

71 Vgl. FFA in Kürze, Stand 01.02.15

72 Vgl. FFG §22 Absatz 2

73 Vgl. FFA in Kürze: Stand 01.02.15

Filmart	Für Förderung benötigte Referenzpunkte	Mit Prädikat „besonders wertvoll“
Spielfilm		
<1 Mio. € Herstellungskosten	50 000	25 000
1-8 Mio. € Herstellungskosten	150 000	100 000
8-20 Mio. € Herstellungskosten	300 000	250 000
>20 Mio. € Herstellungskosten	500 000	450 000
Erstlingswerke und Kinderfilme	50 000	25 000

Tabelle 2: Benötigte Referenzpunkte für Referenzfilmförderung⁷⁴

Wie erwähnt kann ein Film nicht nur durch die Besucherzahlen Referenzpunkte erhalten, sondern auch durch eventuelle Festival- oder Filmpreiserfolge.

Bei der Bewertung der Festivals wird in ihrer Wertigkeit unterschieden. Auch das Abschneiden bei einem solchen Filmfestival- oder Filmpreises hat Auswirkungen auf die Höhe der maximal zu erhaltenen Referenzpunkte:

„Preise und Erfolge werden wie erfolgt berücksichtigt:

1. Auszeichnung eines Films mit dem Deutschen Filmpreis oder dem Academy Award [...] oder dem Wettbewerbshauptpreis auf den Festivals in Cannes, Berlin oder Venedig mit jeweils 200 000 Referenzpunkten,
2. Auszeichnung eines Films mit dem Europäischen Filmpreis, Wettbewerbshauptpreis auf sonstigen international bedeutsamen Festivals, Nominierung eines Films für den Deutschen Filmpreis oder den Academy Award [...] sowie eine Teilnahme am Hauptwettbewerb der Festivals in Cannes, Berlin oder Venedig mit jeweils 100 000 Referenzpunkten,
3. Teilnahme am Hauptwettbewerb von sonstigen international bedeutsamen Festivals oder die Nominierung für den Europäischen Filmpreis mit jeweils 50 000 Referenzpunkten.⁷⁵

⁷⁴ Vgl. FFG §22 Absatz 1

⁷⁵ FFG §22 Absatz 3

Zwar sollen die durch die Referenzfilmförderung erhaltenen Mittel vom Produzenten in erster Linie für die Erstellung eines neuen Filmprojektes verwendet werden, es besteht aber auch die Möglichkeit, sie für die Entwicklung von neuen Filmprojekten oder für die kurzfristige Erhöhung des Kapitals zu nutzen. Sie müssen jedoch nach zwei Jahren abgefordert werden.⁷⁶

Der tatsächlich zu erhaltene Betrag variiert jährlich und hängt von der Anzahl der teilnehmenden Filme und des zur Verfügung stehenden Budgets ab. 2014 betrug der Referenzpunktwert 0,36 Cent.⁷⁷

Beispiel:

Der Produzent eines abendfüllenden Spielfilms mit einer Mio. Besuchern und einem Gewinn des Deutschen Filmpreises würde somit 1 200 000 Referenzpunkte erhalten, was einer Förderungssumme von 432 000 Euro entspricht, die für den nächsten Film verwendet werden kann.

Kurzfilmförderung

Die FFA fördert außerdem Kurzfilme von einer Länge zwischen 1-15 Minuten, respektive 15-45 Minuten, sofern es sich um einen Hochschul- oder Erstlingsfilm handelt. Dies geschieht ebenfalls mittels eines Referenzpunktesystems.⁷⁸

Hierbei gilt eine Mindestpunkthöhe von 15 Referenzpunkten. Außerdem muss der Film eine Bescheinigung der Freiwilligen Selbstkontrolle der Filmwirtschaft (FSK) vorweisen.⁷⁹

Ein solcher Film kann durch folgende Möglichkeiten Referenzpunkte generieren:

- Durch die Auszeichnung mit dem Prädikat „besonders wertvoll“ der Deutschen Film- und Medienbewertung (FBW): 10 Referenzpunkte,
- durch den Gewinn eines nationalen oder internationalen bedeutsamen Festivals oder dem Deutschen Kurzfilmpreis: jeweils 10 Referenzpunkte,

⁷⁶ Vgl. FFA in Kürze: Stand 01.02.15

⁷⁷ Vgl. ebd.

⁷⁸ Vgl. FFG §41 Absatz 1

⁷⁹ Vgl. FFA in Kürze: Stand 01.02.15

- durch die Nominierung beim Deutschen Kurzfilmpreis, bei einem anderen nationalen oder internationalen bedeutsamen Preis oder der Wettbewerbsteilnahme bei einem bedeutsamen Festival: 5 Referenzpunkte,
- durch die Auszeichnung mit dem Deutschen Wirtschaftsfilmpreis, dem Friedrich-Wilhelm-Murnau-Kurzfilmpreis oder dem Kurzfilmpreis der FFA: 5 Referenzpunkte⁸⁰

Auch diese Förderung ist an die Entwicklung und Produktion eines weiteren Films gebunden. Hierbei ist auch die Produktion eines Langfilms möglich. Der Referenzpunktewert 2014 betrug 551,87 Euro.⁸¹

3.2.2.2 Filmförderung der BKM

Eine weitere staatliche Filmförderungsmöglichkeit ist die Filmförderung der Beauftragten der Bundesregierung für Kultur und Medien (BKM), derzeit Staatsministerin Monika Grütters.

Förderungsziele

Ziel der Filmförderung der BKM ist es, „den künstlerischen Rang des deutschen Films zu steigern, zur Verbreitung deutscher Filme mit künstlerischem Rang beizutragen und die Entwicklung der Filmtheater als Kulturstätten zu fördern“⁸²

Förderungsmaßnahmen

Die Filmförderung der Beauftragten der Bundesregierung für Kultur und Medien fördert die deutsche Filmwirtschaft im Wesentlichen durch die Ausrichtung von diversen Preisen, die mit einem Geldbetrag einhergehen und durch direkte Zuschüsse.

Dabei kann sie auf folgende Maßnahmen zurückgreifen:

- Deutscher Filmpreis
- Deutscher Kurzfilmpreis
- Deutscher Drehbuchpreis
- Produktionsförderung
- Drehbuchförderung für Kinder- und Jugendfilme
- Projektentwicklungsförderung für Kinder- und Jugendfilme

⁸⁰ Vgl. FFG Absatz 2f

⁸¹ Vgl. FFA in Kürze: Stand 01.02.15

⁸² Filmförderungsrichtlinien der BKM: Stand 01.02.15

- Verleiherpreis
- Kinoförderung
- Kopienförderung
- Verleihförderung
- Innovationspreis
- Förderung sonstiger Vorhaben⁸³

Die Projektförderungen der BKM sind grundsätzlich nicht rückzahlbare Zuwendungen,⁸⁴ das bedeutet, dass sie als einmalige Zuschüsse dienen, die nicht im Falle eines Gewinnes der Filmproduktion zurückgezahlt werden müssen.

Im Folgenden werden einige Förderungsmöglichkeiten der BKM vorgestellt:

Deutscher Filmpreis

Der Deutsche Filmpreis wird jährlich für Spiel-, Dokumentar-, sowie Kinder- und Jugendfilme vergeben.⁸⁵

Für Spielfilme ergeben sich folgende Möglichkeiten für Gewinne:

1. Urkunden: bis zu sieben Filme können für den Deutschen Filmpreis in der Kategorie Spielfilm vergeben werden. Die Höhe der Prämie ist 250 000 Euro
2. Der Filmpreis in Silber: zwei Filme können eine Prämie in Höhe von 400 000 Euro gewinnen
3. Der Filmpreis in Gold: für den besten Spielfilm des Jahres wird eine Prämie von 500 000 Euro ausgezahlt⁸⁶

Darüber hinaus werden auch Preise für Einzelleistungen der Stabmitglieder verliehen, wie z. B. für die beste Hauptrolle oder die beste Regie. Diese Preise sind mit 10 000 Euro dotiert, die aber an die Filmemacher ausgezahlt werden und weniger der Finanzierung von Filmen zugute kommen.⁸⁷

83 Filmförderungsrichtlinien der BKM Absatz (I) 2

84 Vgl. Filmförderungsrichtlinien der BKM Absatz (I) 3

85 Vgl. Filmförderungsrichtlinien der BKM Absatz (II) 6

86 Vgl. ebd.

87 Vgl. ebd.

Deutscher Kurzfilmpreis

Der Deutsche Kurzfilmpreis wird jährlich in den Kategorien Spiel-, Animations- und Dokumentarkurzfilm vergeben.⁸⁸

Kurzfilme können auf drei Weisen Prämien gewinnen:

1. Urkunden: Insgesamt bis zu sechs Filme in den Kategorien „bis sieben Minuten Laufzeit“ und „mehr als sieben bis 30 Minuten Laufzeit“ können für einen Kurzfilmpreis nominiert werden und eine Prämie von 12 500 Euro erhalten
2. Der Kurzfilmpreis in Gold: Der beste Film dieser Nominierten kann den Kurzfilmpreis in Gold gewinnen und eine Prämie in Höhe von 30 000 Euro erhalten.⁸⁹
3. Der fakultative Sonderpreis im Zusammenhang mit dem Deutschen Kurzfilmpreis in Gold: 20 000 Euro für einen Folgefilm kann der beste vorgeschlagene Spiel-, Animations- oder Dokumentarfilm mit einer Länge von 30-78 Minuten gewinnen.⁹⁰

Produktionsförderung A (Langfilm)

Nach Absatz V 14.1 der Filmförderungsrichtlinien der BKM kann ein „hervorragender“ programmfüllender Film bis zu 250 000 Euro Förderung erhalten.

Wie erwähnt handelt es sich dabei um nicht rückzahlbare Zuschüsse.

Insbesondere Filme mit kleinen bis mittelhohen Herstellungskosten mit maximal 2 500 000 Euro sollen hierbei berücksichtigt werden.⁹¹

Eine Besonderheit dieser Förderung besteht in der dem geförderten Film auferlegten Verpflichtung, zusammen mit einem Kurzfilm aufgeführt zu werden.⁹²

Produktionsförderung B (Kurzfilm)

Für die Förderung von Kurzfilmen bis 30 Minuten Länge können bis zu 12 500 vergeben werden.

88 Vgl. Filmförderungsrichtlinien der BKM Absatz (III) 10

89 Vgl. Filmförderungsrichtlinien der BKM Absatz (III) 10.1

90 Vgl. Filmförderungsrichtlinien der BKM Absatz (III) 10.4

91 Vgl. Filmförderungsrichtlinien der BKM Absatz (V) 14.1

92 Vgl. Filmförderungsrichtlinien der BKM Absatz (V) 18.4

3.2.2.3 Kuratorium junger deutscher Film (Kjdf)

Das Kuratorium junger deutscher Film ist eine öffentliche Stiftung des bürgerlichen Rechts mit Sitz in Wiesbaden. Ihren Anfang nahm sie als Verein, der aus dem *Oberhausener Manifest* entstanden ist.⁹³

Die Stiftung wird von den Ländern gemeinsam getragen und agiert neben der FFA und der Filmförderung der BKM als dritte Filmförderung, die auf Bundesebene operiert.

Im Folgenden dienen einige Auszüge aus den Förderrichtlinien des Kjdf der Beschreibung ihres Vorgehens:

Förderungsziele

„Die Förderung durch das Kuratorium junger deutscher Film [...] soll zur Vielfalt der Filmkultur und zur Steigerung der Leistungsfähigkeit der deutschen Filmwirtschaft beitragen. Sie soll dabei einerseits jungen Autoren/innen, Regisseuren/innen und Produzenten/innen die Möglichkeit eröffnen, erste Kinofilmvorhaben zu realisieren.“⁹⁴

Neben der rein monetären Förderung von Filmen leistet das Kjdf auch eine beratende Funktion in den Bereichen Dramaturgie, Regie oder Produktion.⁹⁵

Die Stiftung dient der Förderung von Kinder- und Talentfilmen. Mit dem Begriff Talentfilm ist der erste und zweite Kinofilm des jeweiligen Regisseurs nach dessen beruflicher Ausbildung gemeint.⁹⁶

Fördermaßnahmen

Die Fördermaßnahmen teilen sich auf in Drehbuchförderung, Projektentwicklungsförderung, Produktionsförderung, sowie Verleih- und Vertriebsförderung und Sonstige Fördermaßnahmen. Die bereits erwähnte Beratung der Filmhersteller durch Profis der Stiftung ist obligatorisch bei jeder Förderung. Die Förderungsbeiträge sind als bedingt rückzahlbare Darlehen vorgesehen.⁹⁷ Dies bedeutet, dass sie im Falle von Gewinnerwirtschaftung zurück gezahlt werden müssen.

93 Vgl. Kjdf, Über uns: Stand 01.02.15

94 Kjdf, Förderrichtlinien Absatz 1.1.1

95 Vgl. Kjdf, Förderrichtlinien Absatz 1.1.2

96 Vgl. Kjdf, Förderrichtlinien Absatz 1.2.3

97 Vgl. Kjdf, Förderrichtlinien Absatz 1.5

Produktionsförderung Kurzfilm

Neben der Kurzfilmförderung der BKM ist die Produktionsförderung Kurzfilm die zweite auf Bundesebene agierende Förderung speziell für Kurzfilme.

Sie kann für Filme bis zu 30 Minuten Spiellänge beantragt werden, wobei eine längere Spieldauer dann zulässig ist, wenn „das Filmvorhaben von besonderem kulturellem Interesse ist und eine Auswertung im Kino nachgewiesen ist.“⁹⁸

Mit einem Regelbetrag von 15 000 Euro kann eine Kurzfilmproduktion hier unterstützt werden.⁹⁹

3.2.3 Filmförderung auf Landesebene

Neben den erwähnten Filmförderungen auf Bundesebene haben sich seit Anfang der 90er Jahre auch Filmförderungen in den Bundesländern gegründet:

- Bayern: FFF FilmFörderFonds Bayern
- Nordrhein Westfalen: Filmstiftung NRW
- Berlin und Brandenburg: Medienboard Berlin-Brandenburg
- Hamburg und Schleswig-Holstein: Filmförderung Hamburg – Schleswig-Holstein
- Baden Württemberg: MFG Medien- und Filmgesellschaft Baden Württemberg
- Sachsen, Sachsen-Anhalt und Thüringen: Mitteldeutsche Medienförderung MDM
- Bremen und Niedersachsen: Nordmedia
- Hessen: HFF Hessische Filmförderung

Eines der Hauptcharakteristika der Länderförderungen ist ihre Verknüpfung von monetären Leistungen mit wirtschaftlichen Länderinteressen. Im nachfolgenden Punkt wird dies am Beispiel der Filmstiftung NRW deutlich.

3.2.3.1 Filmstiftung NRW

Von Interesse für den zugrunde liegenden Kurzfilm ist die Filmstiftung NRW. Mit einem Fördervolumen von 35 Mio. Euro ist sie die Finanzstärkste Länderförderung¹⁰⁰ und fördert u. a. die Herstellung von Drehbüchern, die Projektentwicklung und die Produktionsvorbereitung von Kino- und Fernsehfilmen.¹⁰¹

⁹⁸ KjdF, Förderrichtlinien Absatz 6.1

⁹⁹ Vgl. KjdF, Förderrichtlinien Absatz 6.3

¹⁰⁰ Vgl. Filmstiftung NRW – Förderung, Stand 01.02.15

¹⁰¹ Vgl. Filmstiftung NRW – Förderrichtlinien, Stand 01.02.15

Darüber hinaus hat sich die Filmförderung NRW aber auch der expliziten Förderung von Nachwuchsfilmemachern verpflichtet. Die in den Förderrichtlinien aufgeführten Bedingungen dieser Förderung werden im Folgenden erörtert:

Die Filmförderung NRW fördert Kurz- und Langfilme ausschließlich dann, „wenn das Projekt der Stärkung des in Nordrhein-Westfalen ansässigen Film- und Fernsehnachwuchses dient“¹⁰², antragsberechtigt sind demnach also nur Produzenten oder Regisseure, die einen Abschlussfilm an einer Film- und Fernsichule in NRW machen oder ihren Wohnsitz in NRW haben (und entweder den ersten oder zweiten Kurzfilm oder den ersten Langfilm herstellen wollen).¹⁰³

Die Antragssummen können bei einem Kurzfilm bis zu 30 000 Euro¹⁰⁴ und bei einem programmfüllenden Abschlussfilm 150 000 Euro betragen und erfolgen als Zuschuss.¹⁰⁵

Bei einem programmfüllenden Kinofilm mit Herstellungskosten bis einer Mio. Euro erfolgt die Förderung als Darlehen.¹⁰⁶

Bedingung ist auch die Einhaltung des so genannten Ländereffektes: Er schreibt vor, dass mindestens 100%, angestrebt bis 150% der erhaltenen Fördergelder im Bundesland Nordrhein-Westfalen ausgegeben werden.¹⁰⁷ So erreicht die Filmförderung eine direkte Förderung der regionalen Wirtschaft.

3.3 Sonstige Finanzierungsmöglichkeiten

Neben den vorangegangend vorgestellten etablierten Methoden, einen Film zu finanzieren, gibt es noch eine Reihe weiterer Möglichkeiten, von denen zwei im Folgenden erörtert werden:

3.3.1 Product Placement

Die Idee des Product Placements ist eine Werbestrategie: Wenn eine gewisse Aufmerksamkeit dem Film gegenüber zu erwarten ist, hat seine Vorführ- oder Sendezeit

¹⁰² Filmstiftung NRW – Förderrichtlinien Absatz 3.5.1

¹⁰³ Vgl. Filmstiftung NRW – Förderrichtlinien Absatz 3.5.2

¹⁰⁴ Vgl. Filmstiftung NRW – Förderrichtlinien Absatz 3.5.3

¹⁰⁵ Vgl. Filmstiftung NRW – Förderrichtlinien Absatz 3.5.4

¹⁰⁶ Vgl. Filmstiftung NRW – Förderrichtlinien Absatz 3.5.5

¹⁰⁷ Vgl. Filmstiftung NRW – Förderrichtlinien Absatz 3.5.6

eine bestimmte monetäre Wertigkeit. Der Zuschauer widmet sich dem Film aufmerksamer als z. B. der TV-Werbung, die ihn unterbricht. Gleichzeitig müssen in Filmen in den allermeisten Fällen Requisiten, Kulissen und so weiter verwendet werden.

Diese Umstände machen den Film interessant für die Werbeindustrie.

Product Placement oder, zu deutsch, Produktplatzierung bedeutet, dass man gezielt den zu bewerbenden Gegenstand zum Teil der Filmkulisse oder der Handlung macht. Dies kann zum Beispiel ein bestimmtes Auto sein, dass vorteilhaft vom Helden des Films gefahren wird. Es kann ein bestimmtes Telefon sein, dass alle sympathischen Charaktere benutzen oder ein Lieferwagen eines bestimmten Speditionsunternehmens, dass sich die Leistung der Produktplatzierung erkauft hat.

Im Gegenzug hat der Filmproduzent mindestens einen Vorteil: er muss in der Regel nichts für den Gegenstand bezahlen, was sich z. B. in der Kalkulation der Requisitenkosten bemerkbar macht. In vielen Fällen erhält der Filmhersteller darüber hinaus aber noch eine Zahlung, die er in die Finanzierung des Films integrieren kann.

In deutschen Filmproduktionen trifft man allerdings verhältnismäßig selten auf diese Art der Filmfinanzierung, da die Filme häufig auch mit Mitteln von TV-Sendern hergestellt werden, die einem Verbot von Schleichwerbung unterliegen.¹⁰⁸

In dieser Arbeit wird aber dennoch auf diese Filmfinanzierungsmöglichkeit hingewiesen, weil es bei einem Kurzfilm durchaus interessant sein kann, wenn z. B. ein bestimmtes Café im Bild zu sehen ist, von dem man Sachleistungen als Austausch gegen die Vorführ- oder Sendezeit „tauscht“.

3.3.2 Crowdfunding

Eine eher neuere Methode, die der Produzent nutzen kann, um seine eigenen finanziellen Ressourcen zu erhöhen, ist das so genannte Crowdfunding.

Dies ist eine Methode, Ko-Produzenten bereits vor der Produktion zu generieren. Die Besonderheit besteht darin, dass nicht ein oder zwei Ko-Produzenten mit einer hohen Kapitaleinlage in der Produktion einsteigen, sondern von mehreren, oft hunderten und tausenden Ko-Produzenten ein geringer Betrag erhalten wird.

¹⁰⁸ Vgl. Zwirner, 2012: S. 118

Zu unterscheiden sind die beiden gängigsten Formen des reinen Crowdfundings, bei dem die Beträge als Zuschüsse, Sponsoring gleich, gezahlt werden und Crowdinvesting, bei dem die Zahlungen als bedingt rückzahlbares Darlehen geleistet werden (so erfolgt bei z. B. *Stromberg - der Film*).

Beim Crowdfunding werden in der Regel ebenfalls Gegenleistungen versprochen, jedoch beziehen sich diese häufig auf für den Produzent kostenfrei oder mit geringen Mitteln zu erbringende Leistungen wie etwa ein Set-Besuch oder eine Danksagung im Abspann des Films.

Ein solches Beispiel-Modell könnte wie folgt aussehen:

- Bei einer Spende von fünf Euro: Danksagung im Abspann
- Bei einer Spende von 25 Euro: Gratis DVD mit Unterschrift des Hauptdarstellers
- ...
- Bei einer Spende von 1000 Euro: Nennung als Ko-Produzent und Setbesuch.

Dieses Verfahren zur Gewinnung von Kapital hat außerdem noch den begrüßenswerten Nebeneffekt, dass die durch eine solche Kampagne erreichten Menschen gleichzeitig auf den Film, respektive dessen Aufführung aufmerksam gemacht werden können. Insbesondere bei Spendern ist hier ein Interesse hochwahrscheinlich, den Film, in den man bereits Geld investiert, hat auch sehen zu wollen.

Die größte in Deutschland tätige Crowdfunding-Plattform, die für die Produktion von Filmen genutzt werden kann, ist die Internetseite www.startnext.de. Auf dieser Plattform werden für 2015 ca. 15 Mio. Euro Gesamtförderung in den Bereichen Crowdfunding, Crowdinvesting und Spenden erwartet.¹⁰⁹

Die durchschnittlich erreichte Summe eines Projektes liegt auf startnext.de bei derzeit 8 415 Euro bei einer durchschnittlichen Einlage von 75 Euro¹¹⁰. Der höchste erreichte Betrag, bei startnext.de „Fundingziel“ genannt, erreichte das Filmprojekt „Am Borsigplatz geboren“ mit einer Höhe von 217 892 Euro.¹¹¹

Crowdfunding und -investing ist aus diesem Grund eine immer beliebtere Methode, Kapital zur Produktion (überwiegend von Kurzfilmen) zu generieren.

109 Vgl. [Startnext.de](http://startnext.de) – 10.000.000 € über Crowdfunding auf Startnext, Stand 03.02.15

110 Vgl. [Startnext.de](http://startnext.de) – Statistiken, Stand 03.02.15

111 Vgl. [Startnext.de](http://startnext.de) – 10.000.000 € über Crowdfunding auf Startnext, Stand 03.02.15

3.3.3 Notwendigkeit von alternativen Finanzierungsmöglichkeiten

Wie bereits erwähnt ist das Produzieren von Filmen, insbesondere von Kurzfilmen, nicht nur ein kostenintensives Vorhaben, sondern häufig auch eines ohne Gewinnerwartung.

Da insbesondere für Nachwuchsfilmemacher das Format des Kurzfilms aber unabdingbar für die berufliche Entwicklung ist, gleichzeitig die Fördermöglichkeiten wie dargestellt aber an Bedingungen und an das Budget der Förderinstitute gebunden, ist der Mangel an Geld ein allgegenwärtiges Problem.

Abhilfe können dann nur alternative Finanzierungsmöglichkeiten schaffen, sofern der Produzent nicht genug eigenes Kapital aufbringen kann oder möchte.

Das Entwickeln von funktionierenden alternativen Finanzierungsmöglichkeiten ist folglich nützlich, wenn nicht sogar nötig.

4 Vorstellung des Films *Ein Dorf*

Das in Kapitel 5 entwickelte Filmfinanzierungskonzept dient der Finanzierung des Kurzfilmprojektes *Ein Dorf*.

Ein Dorf ist ein fiktionaler Kurzspielfilm, der in der Stadt Goch am Niederrhein gedreht werden soll.

Im Folgenden werden allgemeine Informationen aufgelistet:

Originaltitel	Ein Dorf
Internationaler Titel	One Village
Format	Kurzfilm, fiktional
Länge	ca. 17 Minuten
Genre	Tragikomödie
Drehorte	Goch am Niederrhein Stadtteile Hassum, Hommersum, Kessel und Asperden
Produktion, Buch & Regie	Sven J. Richter
Drehtage (voraussichtlich)	7

Tabelle 3: Basisinformationen Kurzfilm *Ein Dorf*

4.1 Handlung

Am unteren Niederrhein sehnen sich seit jeher zwei benachbarte Dörfer nach dem Titel des Europa-Golddorfes. Auf sich allein gestellt konnten beide aber nie genug Kriterien erfüllen – ganz anders als die benachbarte, niederländische Gemeinde. Eine Lösung wurde schnell gefunden: die beiden Dörfer sollen zusammengelegt werden!

Jahre nach dieser Entscheidung steht endlich die Volksabstimmung darüber ab – aber es kriselt zwischen den Dorfbewohnern: Um endlich Golddorf werden zu können, braucht das neue Dorf das mittelalterliche Kloster, das Aushängeschild einer der beiden Gemeinden. Dessen Besitzer aber hat sich auf einen teuflischen Pakt mit einer niederländischen Kies-Unternehmerin eingelassen – das Kloster steht vor dem finanziellen Ruin. Nun geben sich die Bewohner beider Orte gegenseitig die Schuld für das zu erwartende Versagen bei dem Wettbewerb.

Die letzten Kämpfer für den Zusammenschluss sind sich einig – nur die Überzeugungskraft von Nia Paulsen, einer 22-jährigen Aktivistin, die schon als Kind für das Zusammenwachsen der Dörfer warb, kann jetzt noch helfen.

Die allerdings kehrte erst vor Kurzem niedergeschlagen von einer Pro-Europa-Kampagne in das Dorf zurück. Den Glauben an eine Gemeinschaft aller Menschen hat sie verloren – ebenso wie den Glauben an sich selbst.

Nur ihre Freundin Laura und das Stadtratsmitglied Hans glauben noch an sie und ihre Idee.

Sie zeigen Nia die verkrachten Fronten der einst so harmonisch miteinander lebenden Dorfbewohner und das böse Komplott um die Kiesunternehmerin auf.

Sie schaffen es schließlich – kurz vor der endgültigen Katastrophe findet Nia den Glauben an sich wieder.

4.2 Finanzbedarf & Kalkulation

Um den Finanzbedarfs des Projektes zu ermitteln, wird im Folgenden eine realistische, zusammengefasste Projektkalkulation nach dem Schema der FFA dargestellt. Diese Kalkulation umfasst sowohl die theoretischen Kosten als auch den späteren tatsächlichen monetären Bedarf. Hierbei muss unterschieden werden zwischen den Herstellungskosten des Films (inkl. Rückstellungen, Eigenleistungen usw.) und den unbedingt zu genießenden monetären Mitteln, deren Finanzierung durch das in Kapitel 5 entwickelte Finanzkonzept zu sichern versucht wird. Unbedingt generiert werden müssen in diesem Fall die Mittel zur Deckung der nicht gesponserten oder vergleichbar zur Verfügung gestellten Positionen.

Die Herstellungsbedingungen des Films und dessen Bedarf sind generell typisch für eine studentische Kurzfilmproduktion.

Unterschiede zu diesen Bedingungen und Besonderheiten dieser Produktion werden unter „Anmerkungen“ erklärt:

Position	Anmerkungen	Gesamtkosten	Tatsächliche Kosten
Vorkosten	In diesem Punkt treten vor allem aufgrund der regionalen Distanz des Produktionsstandortes zum Drehort Kosten auf: Reisekosten für Ortsbegehungen, Motivsuche, Recherche.	250 €	250 €

Position	Anmerkungen	Gesamtkosten	Tatsächliche Kosten
Rechte und Manuskript	Da es sich um ein Originaldrehbuch handelt, also keine literarische Vorlage wie etwa einen Roman oder ein bereits verfilmtes Drehbuch vorweist und es sich beim Autor um den Produzenten handelt, fallen in diesem Fall keine Kosten für den Erwerb der Rechte oder die Gage des Autoren an.	0 €	0 €
Gagen	<p>Es wird angestrebt sowohl Crew, als auch Cast des Films auf Gagenrückstellung anzustellen. Die Bezahlung von Komparsen erfolgt in Form von Verpflegung.</p> <p>Darüber hinaus muss für die Dauer der Drehtage die Verpflegung gewährleistet werden.</p> <p>In der Rechnung wird von einem Stab von 25 Mitarbeitern und 6 Darstellern ausgegangen, sowie 40 Komparsen für 1 Drehtag.</p> <p>Wochengage pro Stabmitglied sind pauschale 500 €, Verpflegungskosten sind 10 € / 5 € (Team / Komparserie)</p> <p>Der Produzent (und Regisseur) verzichtet in diesem Fall komplett auf seine Gage.</p>	12.950 €	450 €
Atelier	Da ausschließlich an Originalschauplätzen gedreht wird, fallen keinerlei Atelierkosten an.	0 €	0 €
Ausstattung und Technik	<p>a) Genehmigungen und Mieten</p> <p>Insgesamt gibt es 6 Motive, von denen 4 Privatgrundstücke und 2 öffentliche Räume sind. Es wird von einer Genehmigungspauschale von 100 € ausgegangen.</p> <p>b) Bau und Ausstattungen</p> <p>Für den Bereich Maske & Kostüm wird ein Budget von 200 € eingeplant.</p> <p>Umbauten an den Motiven sind nicht vorgesehen.</p> <p>Die Kosten der Aufnahmeleitung (Müllentsorgung, Absperrmaterialien usw.) werden pauschal 150 € eingerechnet.</p> <p>c) Technische Ausrüstung</p> <p>Es wird davon ausgegangen, dass die grundlegende Technik gestellt wird. Für Kaution werden 300 € gerechnet (Bei Rückzahlung: siehe Punkt „Kostenmindernde Erträge) und für Verbrauchsmaterial 100 €</p>	1350 €	1350 €

Position	Anmerkungen	Gesamtkosten	Tatsächliche Kosten
Reise- und Transportkosten	In diesen Punkt fließen ein: - Busfahrt Team Hamburg – Goch – Hamburg ¹¹² - Transport Technik Hamburg – Goch – Hamburg - Fahrtkosten zwischen den Motiven Die Unterbringung bei diesem Projekt ist kostenfrei. ¹¹³	3.000 €	3.000 €
Filmmaterial und Bearbeitung	Die Bearbeitung des Filmmaterials wird vom Filmeditor geleistet und fließt in dessen Gage ein.	0 €	0 €
Endfertigung	Die Endfertigung des Filmmaterials wird vom Produzenten geleistet und fließt in dessen Gage ein.	0 €	0 €
Versicherungen	Es wird von einer Versicherung über 100.000 € ausgegangen, für die ein Betrag von 230 € bezahlt wird. ¹¹⁴	230 €	230 €
Allgemeine Kosten	Die Allgemeinen Kosten werden vom Produzenten getragen und mit 250 € berechnet.	250 €	250 €
Kostenmindernde Erträge	Bei Schadensfreier Nutzung der Technik wird die Kautions von 300 € erhalten.	-300 €	-300 €
Gesamtkosten		17.730 €	5.230 €

Tabelle 3: Kalkulation Kurzfilm *Ein Dorf*

Für die Produktion des Films wird also vermutlich eine Summe von mindestens 5.530 € benötigt. (Da die kostenmindernden Erträge erst bei Beendigung des Films erstattet werden.

¹¹² Aufgrund der Begebenheiten ist davon auszugehen, dass der Produzent nur durch Kontakte zu Hamburger Teammitgliedern und Technikverleihern Beziehungen hat, die für Rabatte sorgen. Bei einer Förderung mit Ländereffekt müsste dieser Punkt überarbeitet werden.

¹¹³ Der Produzent kann die Unterbringung gewährleisten.

¹¹⁴ Angebot von Marsh Deutschland, Telefonat.

5 Entwicklung eines alternativen Filmfinanzierungskonzeptes

Im Folgenden soll eine Möglichkeit entwickelt werden, speziell in Goch am Niederrhein den bereits vorgestellten Kurzfilm *Ein Dorf* zu finanzieren.

Dieses Finanzierungskonzept soll ergänzend zu Filmförderungen bestehen und dient dem Zweck, die Eigenmittel des Produzenten zu erhöhen.

Dabei sollen sowohl monetäre Mittel als auch das Sponsoring von Sachleistungen erworben werden.

Vor der eigentlichen Erstellung des Konzeptes wird zunächst die Region um Goch vorgestellt und die für auf ein solches Finanzierungskonzept benötigten Eigenschaft geprüft.

5.1 Analyse der Region

Um die Wirksamkeit des Finanzierungskonzeptes erfassen zu können, muss zunächst die Region selbst analysiert werden. Hierbei soll aufgeführt werden, inwiefern die Stadt Goch sich hinsichtlich ihrer medialen Abdeckung und ihrer wirtschaftlichen Struktur für ein solches Vorhaben eignet.

5.1.1 Vorstellung der Region

Lage

Die Stadt Goch am Niederrhein liegt im Kreis Kleve, am unteren Niederrhein in Nordrhein-Westfalen. Sie ist durch die Bundesautobahn 57, den Regionalzug RE10 (Nordwestbahn) und den Flughafen Düsseldorf-Weeze (NRN) zu erreichen. Die Stadt Goch grenzt im Westen an die Niederlande.



Abbildung 1: Lage Kreis Kleve in Deutschland



Abbildung 2: Lage Goch im Kreis Kleve

Profil

Die Stadt Goch ist, gemessen an der Einwohnerzahl, die zweitgrößte Stadt des Kreises Kleve. Sie gilt als kleine Mittelstadt.¹¹⁵ Im Folgenden werden die wichtigsten Aspekte der Stadt tabellarisch dargestellt:

Name	Goch
Bundesland	Nordrhein-Westfalen
Regierungsbezirk	Düsseldorf
Kreis	Kleve
Einwohner	33 063 (Stand: 31.12.13)
Einwohner 18-65 Jahren	20 999 (Stand: 31.12.13) ¹¹⁶
Ortsteile	8 (Je 722 – 6 820 Einwohner in 7 Dörfern, 20 000 in der Stadt Goch)
Internetpräsenz	www.goch.de

Tabelle 4: Basisdaten Stadt Goch¹¹⁷

5.1.2 Wirtschaftliche Analyse der Region

Betriebe

Das zu erstellende Finanzierungskonzept sieht die Einbindung der ortsansässigen Betriebe vor. Aus diesem Grund wird im Folgenden ein Überblick über das Branchenverzeichnis der Stadt Goch gegeben:

Branche	Betriebe
Handel	70
Dienstleistung	136
Handwerk	49
Industrie	7
Presse/Medien	6
Gesamt	268

¹¹⁵ Vgl. Landesregierung NRW - Kommunalprofil Goch, Stand 29.01.15

¹¹⁶ Ebd.

¹¹⁷ Vgl. Wikipedia.org - Goch, sowie Landesregierung NRW - Kommunalprofil Goch, beide Stand 29.01.15

Tabelle 5: Branchenverzeichnis Stadt Goch¹¹⁸

Eine für das Projekt relevante Besonderheit der Stadt Goch ist, dass einige der Betriebe zu Werbezwecken in dem Verbund „Werbering Goch“ zusammengeschlossen sind. Dieser Verbund umfasst 117 Betriebe.¹¹⁹

Der Werbering Goch veranstaltet regelmäßig Events in der Stadt Goch, wie z. B. verkaufsoffene Sonntage, Gewinnspiele, Feste uvm. Interessant ist hierbei auch, dass der Werbering zusammen mit den Anzeigenblättern immer wieder Sonderseiten veröffentlicht, in denen besondere Events wie z. B. Public Viewings bei Fußballgroßereignissen anhand von Artikeln beworben werden, die dann umrandet von Firmenlogos sind.¹²⁰

Einkommen

Die Stadt Goch steht im Landesvergleich relativ schlecht dar, wenn es um das verfügbare Einkommen der Einwohner geht: Mit 599 000 Euro insgesamt und 17 473 Euro pro Einwohner wird Goch auf Platz 373 von 396 gelistet. Das durchschnittlich verfügbare Einkommen liegt bei ca. 20 000 Euro.¹²¹

Zwischenfazit

Mit über 250 Betrieben bietet Goch eine ausreichend hohe Menge an potentiellen Sponsoren. Insbesondere durch die Struktur des Werberings mit seinen 117 Mitgliedern und dessen Erfahrung und Aktivität im Bereich der werbewirksamen Events ist hier eine Chance für den Erfolg des Finanzierungsmodells geboten.

Potentielle Sponsoren gibt es also genug.

5.1.3 Mediale Abdeckung der Region

Durch regionale und überregionale Medien sind die Gocher Einwohner auf verschiedene Arten medial abgedeckt.

Es gibt eigens für Goch veröffentlichte Anzeigenblätter, regionale Teile überregionaler Zeitungen (NRZ „Kleve und die Region“ und Rheinische Post „Grenzland Post“), Radiosender, ein Programmkino und digitalen Fernsehempfang (über Satellit, Kabel oder DVB-T), sowie einige Online-Portale für Nachrichten.

¹¹⁸ Vgl. Stadt Goch - Branchenverzeichnis, Stand 29.01.15

¹¹⁹ Vgl. Werbering Goch - Mitglieder, Stand 29.01.15

¹²⁰ Vgl. Kapitel 5.2

¹²¹ Landesregierung NRW - Kommunalprofil Goch, Stand 29.01.15

In der Region gibt es außerdem noch 2 Kinos in Geldern (ca. 25km) und Kleve (ca. 13km).

Darüber hinaus erreichen auch überregionale Funkanstalten die Stadt.

Im Folgenden wird ein Überblick über die Angebote geschaffen:

Branche	Reichweite
Print	
Anzeigenblätter	
Niederrhein Nachrichten	16 750 (verteilte Exemplare), 26.705 LpA ¹²²
Gocher Wochenblatt	21 200 (verteilte Exemplare) ¹²³
Kurier am Sonntag	13 810 (verteilte Exemplare) ¹²⁴
Tageszeitungen	
Rheinische Post inkl. Teil „Grenzland Post“	19 372 verkaufte Exemplare (Bezirksausgabe Kleve), ca. 46 000 LpA. ¹²⁵
NRZ inkl. Teil „Kleve und die Region“	2 889 verkaufte Exemplare, ca. 14 000 LpA. ¹²⁶
Online	
KLE-Point.de	Ca. 8 000 Aufrufe/Tag ¹²⁷
Niederrheinzeitung.de	Ca. 4 700 Aufrufe/Tag ¹²⁸
Kino	
Tichelpark cinemas, Kleve	Bisher 200 000 Besucher p.a., Seit Umbau 2014 werden 300 000 Besucher p.a. erwartet. ¹²⁹
Herzog Theater, Geldern	(Unbekannt)
Goli Theater, Goch (Programmkino mit unregelmäßigem Spielplan)	<50 Zuschauer pro Vorführung ¹³⁰

¹²² Vgl. Rheinische Post - Titelprofil Niederrhein Nord. Stand 29.01.15

¹²³ Vgl. WRW - Gocher Wochenblatt Preisliste, Stand 29.01.15

¹²⁴ Vgl. Kurier am Sonntag - Auflagenzahlen, Stand 29.01.15

¹²⁵ Vgl. Rheinische Post - Titelprofil Niederrhein Nord. Stand 29.01.15

¹²⁶ Ebd.

¹²⁷ Telefonat

¹²⁸ Telefonat

¹²⁹ Vgl. KLE-Point.de - Aktuelle Pläne für Tichelpark Kino. Stand 29.01.15

¹³⁰ Telefonat

Branche	Reichweite
TV	
WDR „Lokalzeit Duisburg“	Durchschnittlicher Marktanteil aller Lokalzeiten liegt bei 26,1 %. ¹³¹
Hörfunk	
Antenne Niederrhein	265.000 ¹³² (Durchschnittliche Hörserschaft im Alter von 14-65 im Zeitraum von 06-18 Uhr)
Sonstige	
Unser Goch (Print, Sonderausgabe durch Rheinische Post, monatlich)	(Unbekannt)
Goch.TV (Online-Videoseite mit Berichterstattung über Gocher Events)	Unbekannt, vermutet werden ca. 150 Klicks pro Video ¹³³

Tabelle 6: Mediale Abdeckung der Stadt Goch

5.1.4 Die Stadt Goch als Drehort

Die Stadt Goch ist immer wieder im Westdeutschen Rundfunk in der Sendung „Lokalzeit Duisburg“ Bestandteil von TV-Beiträgen.¹³⁴

In der Regel berichten diese Beiträge über besondere Ereignisse wie Unfälle, Bauprojekte oder Volksfeste, oder porträtieren einen Verein, eine Privatperson oder eine Sehenswürdigkeit.

Drehort eines nennenswerten Filmprojektes war Goch aber nie.¹³⁵

Lediglich kleine Amateurprojekte im Bereich Musikvideo o. ä. werden in Goch gedreht. Der einzige dem Autor bekannte fiktionale Kurzfilm war eine Produktion der Internetseite Goch.TV. Dieser ist aber in seinen Ausmaßen nicht mit der in dieser Arbeit behandelten Produktion vergleichbar und – vor allem – in nicht nennenswerter Weise in den regionalen Medien behandelt worden.

¹³¹ Vgl. WDR - "Lokalzeit" - das Land ins Bild setzen, Stand 29.01.15

¹³² Vgl. Funkkombiwest - Die Sender des Produktes, Stand 29.01.15

¹³³ Telefonat

¹³⁴ Vgl. Interview Pressestelle Goch - Thorsten Martenaers

¹³⁵ Vgl. ebd.

Zwischenfazit

Für die Region und im Speziellen die Stadt Goch gibt es eine Vielzahl an Möglichkeiten, medial auf eine Filmproduktion aufmerksam zu machen. Des Weiteren ist der angestrebte Sensationscharakter einer solchen Produktion¹³⁶ aufgrund der noch nicht dagewesenen Berichterstattung über vorangegangene, kleinere Projekte weiterhin gegeben.

Außerdem muss die deutliche Orientierung einiger Medien an die Stadt Goch im Speziellen erwähnt werden: dass vor allem die Anzeigenblätter sich nur auf Goch konzentrieren, hat den Vorteil, ausschließlich die Rezipienten zu erreichen, die sich für das Projekt aus den erläuterten Gründen interessieren.

5.2 Konzeptvorstellung

In den vorangegangenen Kapiteln wurde ein Überblick darüber gegeben, wie sich die Kosten für einen Kurzfilm zusammensetzen und welche Möglichkeiten es gibt, einen Film zu finanzieren.

Wie Kapitel 3.3 erklärt ist es aber notwendig, sich bei jeder Produktion zu fragen, ob es neben den etablierten Methoden der Filmfinanzierung auch eine neue, ggf. sogar nur auf dieses Projekt zugeschnittene Methode gibt, um monetäre Ressourcen oder Sachleistungen für die Herstellung des Projekts zu generieren.

Eine solche Methode könnte eine Zusammenarbeit mit regionalen Medienpartnern sein.

Für den Kurzfilm *Ein Dorf* wurde im vorangegangenen Kapitel eine Analyse der Drehregion erstellt.

Aus ihr ergeben sich im Wesentlichen zwei Erkenntnisse:

1. Die Region verfügt über genügend lokale Betriebe, die für ein Sponsoring in Frage kommen
2. Es gibt eine breite und vielfältige mediale Abdeckung der Region. Insbesondere durch die deutliche Orientierung an der Stadt Goch kann Werbung zielgerichtet deren Einwohner erreichen.

¹³⁶ Siehe Kapitel 5.2

Idee

Aufgrund der Tatsache, dass in der in Goch am Niederrhein und der Region darum noch keine professionellen Dreharbeiten stattgefunden haben, kann man davon ausgehen, dass eine Filmproduktion, im Speziellen die Dreharbeiten, tatsächlich ein nennenswertes Interesse bei den Bewohnern generieren kann.

Gleichzeitig benötigen die Medien, insbesondere die nur in Goch erscheinenden und über Geschehnisse in Goch berichtenden wie z. B. die Anzeigenblätter, stetig Inhalte für Artikel, TV-Beiträge, Radiobeiträge usw.

Wie in den vorangegangenen Teilen dieses Kapitels wurde Bereits die Reichweite der für Goch relevanten Medien sowie die Bevölkerungshöhe dargestellt. Man kann davon ausgehen, dass alle Bürger Gochs durch mindestens eines dieser Medien wöchentlich erreicht wird. Das bedeutet, dass über 30 000 Menschen von einer stattfindenden Filmproduktion erfahren können. Wie erwähnt könnte bei dieser Gruppe von Rezipienten sogar eine höhere Aufmerksamkeit für eine solche Produktion zu erwarten sein.

Diese Feststellungen lassen darauf schließen, dass eine Berichterstattung über eine Kurzfilmproduktion (wie *Ein Dorf*) eine überdurchschnittlich hohe Werbewirksamkeit aufweist.

Wie bereits aufgezeigt wurde, gibt es für Werbeplätze in diesen Medien ausreichend potentielle Abnehmer.

Wir können also zusammenfassend feststellen:

1. Die Medien brauchen Inhalte. Besonders interessante Inhalte könnte die Berichterstattung über eine Kurzfilmproduktion bieten.
2. Betriebe könnten an einer mit dieser Berichterstattung verbundenen Werbung interessiert sein. (Wie in Kapitel 5.1.2 beschrieben gibt es für diese „eventverbundene“ Werbung bereits Modelle.)
3. Kurzfilmproduktionen brauchen in der Regel monetäre Mittel oder Sachspenden von Sponsoren.

Vor der potentiellen Zusammenarbeit gilt folgendes Schema für das Verhältnis zwischen Medienanbietern und Werbepartnern:

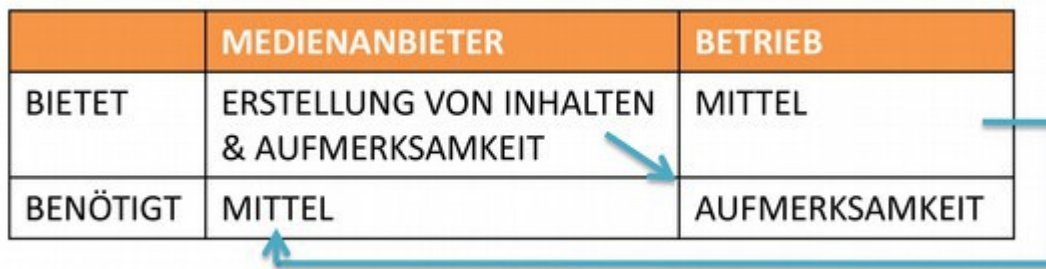


Abbildung 3: Konzeptschema 1

Aus diesem Schema kann man ableiten, dass mit der Erstellung von Inhalten Mittel generiert werden können.

Das zu entwickelnde Konzept sieht die Erstellung von Inhalten durch die Filmproduktion vor.

Eine Filmproduktion beinhaltet ein mannigfaltiges Potential für interessante Inhalte. Solche Inhalte könnten sein:

- Interviews mit Darstellern oder dem Regisseur
- Berichterstattung vom Set
- Beiträge/Artikel über das Filmemachen
- Begleitung der Verantwortlichen bei Set-Besichtigungen o. ä.
- Gewinnspiele wie z. B. die Ausschreibung einer Komparsen-/Kleindarstellerrolle
- Gewinnspiele für Requisiten des Films uvm.

Daraus ergibt sich folgendes Schema:

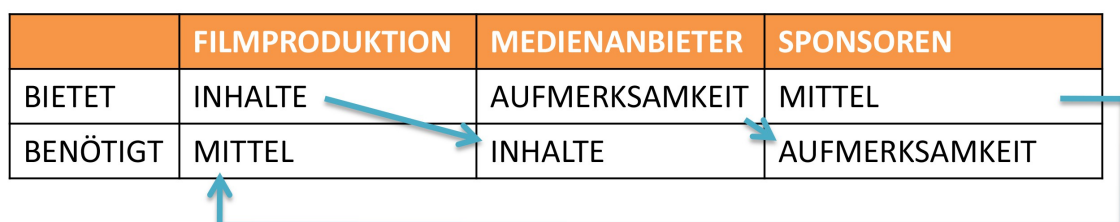


Abbildung 4: Konzeptschema 2

Nun wird vorausgesetzt, die Medien bieten den Platz für die Inhalte kostenfrei an, im Gegenzug stellt die Filmproduktion diese Inhalte kostenfrei zur Verfügung. Es kann

also von einer Vereinbarung gesprochen werden. Wenn diese Zusammenarbeit über den Zeitraum der gesamten Produktion geht und eine gewisse Regelmäßigkeit aufweist, kann von einer Partnerschaft gesprochen werden.

Zusammenfassung

Die Filmproduktion könnte eine Partnerschaft mit den Medienanbietern eingehen, Inhalte anbieten und gleichzeitig deren Reichweite nutzen. Für keine der Parteien entstünde so ein Nachteil.

Die gewonnene Aufmerksamkeit kann von den Betrieben zu Werbezwecken genutzt werden und ist sogar, bei der Stellung von Sachleistungen, vermutlich kostengünstiger als der Erwerb von Werbeplatz. Darüber hinaus ergeben sich sogar neue Formen der Werbung für sie, wie in Kapitel 5.3 ausgeführt wird.

Durch deren Mittel, ob monetär oder als Sachleistung, kann wiederum die Filmproduktion profitieren. Wie bereits erwähnt sind solche Sponsoringleistungen existentiell wichtig.

5.3 Werbeauftritte

Für das zugrunde liegende Konzept müssen nun spezialisierte Auftritte entwickelt werden. Es gibt verschiedene, teilweise bereits erprobte, Wege, die Inhalte in den Medien mit der Werbung in Einklang zu bringen:

5.3.1 Print

Aufgrund der Spezialisierung auf Goch kann der Printsektor für das Konzept der meistgenutzte und effektivste Verbreitungsmöglichkeit für genannte Inhalte sein.

Insbesondere die Anzeigenblätter ähneln sich in ihren Inhalten sehr und häufig mangelt es ihnen an berichtenswerten Veranstaltungen. Dies wird insbesondere dann deutlich, wenn ein Großereignis wie die Karnevalstage oder eine Fussballweltmeisterschaft stattfindet, da die Blätter dann mit einer höheren Seitenzahl, einem Sonderblatt o. ä. arbeiten. (Deshalb sollte bei dem Filmfinanzierungskonzept auch darauf geachtet werden, terminlich möglichst wenige Überschneidungen mit solchen Ereignissen zu haben).

In jedem Fall bieten die Printmedien (auch das monatlich herausgegebene „Unser Goch“ der Rheinischen Post) eine Möglichkeit, den Eventcharakter der Produktion zu unterstreichen („Es passiert etwas Besonderes in Goch!“).

Die erwähnte, bereits erprobte Methode einer solchen Medienpräsenz könnte bei den Anzeigenblättern und in *Unser Goch* folgende sein:

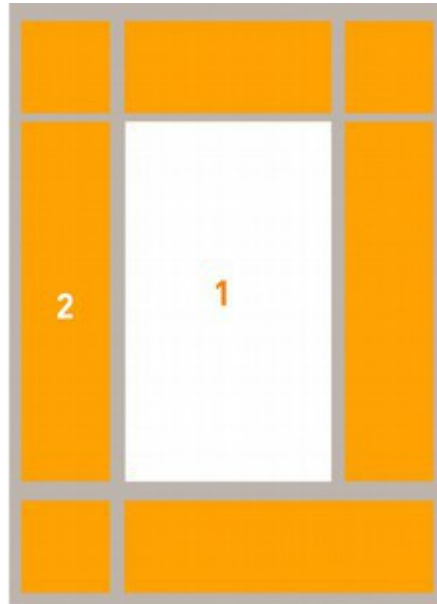


Abbildung 5: Werbekonzept Print

Hierbei handelt es sich um eine ganzseitige Anzeige, die an den Rändern mit Werbeanzeigen der Betriebe gesäumt ist (2), in der Mitte aber einen gewöhnlich geschriebenen Artikel ((1), in dem Fall über die Filmproduktion) präsentiert. Auf diese Weise wird die Aufmerksamkeit für die Werbeanzeigen durch den Artikel generiert. Ein zusätzlicher Effekt ist, dass die Leser der Blätter diese Art von Anzeige in der Regel sofort mit einem besonderen Ereignis verbinden, was die Aufmerksamkeit auf die Produktion erhöhen kann.

5.3.2 TV- und Onlineberichterstattung

Auch im Bereich von Videos auf den Online-Portalen oder TV-Beiträgen kann die Filmproduktion für Inhalte sorgen, zum Beispiel über eine tagesaktuelle Berichterstattung vom Set oder durch die Begleitung bei Motivsuchen usw.

Allerdings muss bei der TV-Berichterstattung durch den WDR darauf geachtet werden, dass keine so genannte Schleichwerbung stattfindet.

Während z. B. bei den Online-Videos eine direkte Benennung von Sponsoren möglich ist, muss bei den öffentlich-rechtlichen TV-Beiträgen diese vermieden werden.

Es ist aber dennoch möglich, bestimmte Attribute der Sponsoren zu nennen (z. B. „Eine Bäckerei am Marktplatz“ o. ä.), die dann von der Zielgruppe der Gocher Einwohner dennoch direkt verstanden werden kann.

Zumindest sorgt eine solche Berichterstattung aber für mehr Aufmerksamkeit für die Berichterstattung in anderen Kanälen.

5.3.3 Radio

Im Radio würde sich z. B. die Berichterstattung vom Set anbieten oder ein Interview mit den Darstellern oder Hauptverantwortlichen des Films. Auch können Gewinnspiele besonders gut hier angewandt werden, da die Hörer von Antenne Niederrhein daran gewöhnt sind (der Sender veranstaltet täglich Gewinnspiele).

Der Werbeplatz für die Betriebe könnte auch hier eine direkte oder indirekte Nennung während Interviews oder Berichterstattungen sein.

5.3.4 Kino

Im Kino kann auf drei verschiedene Arten geworben werden:

1. Plakatwerbung für den fertigen Film, auf der z. B. die Hauptsponsoren genannt werden.
2. Ein Kinotrailer für entweder die Crowdfunding-Kampagne oder den fertigen Film
3. Aufführung des Films entweder als Vorfilm oder in einer gesonderten Premiere, in der die Logos der Sponsoren im Abspann des Films oder als Bannerwerbung im Kino zu sehen sind.

Herauszustellen ist allerdings, dass die Hauptaufmerksamkeit auf das Projekt dem fertigen Film gilt, also eher für die Finanzierung der Endfertigung und Auswertung genutzt werden kann. Darüber hinaus muss die Produktion bereits finanziert und abgeschlossen sein.

5.3.5 Sonstige Möglichkeiten

Auch die Filmproduktion direkt kann eine Fläche für Werbeanzeigen bieten, z. B. durch Teamkleidung mit Logos oder mit der Nennung der Sponsoren auf einer filmeigenen Internetseite.

6 Fazit

Mit zunehmender Zahl an Filmherstellern und der Produktion von Filmen wächst auch der Bedarf an Finanzierungsquellen. Die öffentlichen Filmförderungen sind nicht in der Lage, jeden Film zu fördern. Auch leidet der deutsche Filmmarkt an der Schwäche seines Absatzes – viele Produktionen können keinen Gewinn erwirtschaften.

Gleichzeitig ist es für junge Filmemacher wichtig, sich in der Form des Kurzfilms auszudrücken, weiterzubilden und auf sich aufmerksam zu machen.

Zur Finanzierbarkeit dieser Filme werden stetig neue Finanzierungsmöglichkeiten gesucht.

Im Verlaufe dieser Arbeit wurde ein Filmfinanzierungsmodell entwickelt, mit dessen Hilfe der Kurzfilm *Ein Dorf* finanziert werden könnte.

Die Ergebnisse haben gezeigt, dass der vorgesehene Drehort dieses Films Eigenschaften aufweist, die der Effektivität des Konzeptes dienlich sind.

Aus diesem Grund scheint es sinnvoll, ein solches Finanzierungskonzept in die Tat umzusetzen.

Es sollte jedoch zeitgleich jede andere vorgestellte Finanzierungsmöglichkeit in Anspruch genommen werden.

Grundsätzlich kann man feststellen, dass es bei jedem Film und jedem Kunstprojekt sinnvoll ist, aufgrund der Gegebenheiten spezielle Finanzierungsmethoden zur erarbeiten, respektive die Gegebenheiten an funktionierende Methoden anzupassen.

Literaturverzeichnis

FACHBÜCHER

DADEK, Walter: Die Filmwirtschaft. Freiburg 1957

DRESS, Peter: Vor Drehbeginn. Effektive Planung von Film-und Fernsehproduktionen. Bergisch Gladbach 2002

EGGERS, Dirk: Filmfinanzierung: Grundlagen - Beispiele. Hamburg 1997

VORMBAUM, Herbert: Finanzierung der Betriebe, Wiesbaden 1990

ZWIRNER, Anke: Finanzierung und Förderung von Kinospielefilmen in Deutschland – Herausforderungen und Chancen für junge Produzenten. Wiesbaden 2012.

PUBLIKATIONEN

BUNDESREGIERUNG DEUTSCHLAND: Filmförderungsrichtlinien der BKM. URL: http://www.bundesregierung.de/Content/DE/_Anlagen/BKM/2014-07-28-filmfoerederungsrichtlinien.pdf?__blob=publicationFile&v=1, Stand 01.02.15

FILM- UND MEDIENSTIFTUNG NRW: Förderungsrichtlinien der Film- und Medienstiftung NRW GmbH. URL: <http://www.filmstiftung.de/wp-content/uploads/2011/05/richtlinienfms2012.pdf>, Stand 01.02.15

FILMFÖRDERUNGSANSTALT: Kalkulationsschema Spiel- und Dokumentarfilm. URL: FFA - Kalkulationsschema Spiel- und Dokumentarfilm, Stand 23.01.15

FILMFÖRDERUNGSANSTALT: FFA In Kürze. URL: http://www.ffa.de/start/download.php?file=FFA-Overview/FFA_im_Ueberblick.pdf, Stand 01.02.15

GESETZ ÜBER DIE MAßNAHMEN ZUR FÖRDERUNG DES DEUTSCHEN FILMS (FILMFÖRDERUNGSGESETZ FFG). Fassung vom 07.08.2013

KURATORIUM JUNGER DEUTSCHER FILM (KJDF): Förderrichtlinien. URL: http://www.kuratorium-junger-film.de/pdf/Richtlinien_KJDF.pdf, Stand 01.02.15

LANDESREGIERUNG NORDRHEIN-WESTFALEN: Kommunalprofil Goch. URL: Landesregierung NRW - Kommunalprofil Goch, Stand 29.01.15

RHEINISCHE POST: Titelprofil Rheinische Post – (WR Niederrhein Nord) URL: Rheinische Post - Titelprofil Niederrhein Nord. Stand 29-01.15

STARTNEXT CROWDFUNDING GMBH: Statistiken. URL: <https://www.startnext.com/ueber/statistiken.html>, Stand 03.02.15

WESTDEUTSCHE VERLAGS- UND WERBEGEMEINSCHAFT: GOCHER
WOCHENBLATT PREISLISTE. URL: WRW - Gocher Wochenblatt Preisliste. Stand
29.01.15

ONLINE-ARTIKEL

DEUTSCHE FILMVERSICHERUNGSGESELLSCHAFT: Bild-, Ton- und
Datenträgerversicherung. URL: Deutsche Filmversicherungsgesellschaft - Bild-, Ton
und Datenträgerversicherung, Stand 23.01.15

FILM- UND MEDIENSTIFTUNG NRW: Förderung. URL:
<http://www.filmstiftung.de/foerderung/>, Stand 01.02.15

FILMFÖRDERUNGSANSTALT: Kurzinformationen – Informationen über die
Filmförderungsanstalt. URL: [http://www.ffa.de/index.php?
page=presse_detail&action=start&news=1188](http://www.ffa.de/index.php?page=presse_detail&action=start&news=1188), Stand 01.02.15

FUNKKOMBIWEST: Die Sender des Produktes FKW. URL: Funkkombiwest - Die
Sender des Produktes. Stand 29.01.15

KLE-POINT.DE: Aktuelle Pläne für Tichelpark Kino. URL: KLE-Point.de - Aktuelle
Pläne für Tichelpark Kino. Stand 29.01.15

KURATORIUM JUNGER DEUTSCHER FILM (KJDF): Über uns. URL:
<http://www.kuratorium-junger-film.de/>, Stand 01.02.15

KURIER AM SONNTAG: Auflagenzahlen. URL: [http://www.kurier-am-
sonntag.de/auflage](http://www.kurier-am-sonntag.de/auflage). Stand 29.01.15

MEDIENBÜRO NORD: Produkte. URL: Medienbüro Nord - Produkte, Stand 23.01.15

PRESSESTELLE GOCH, THORSTEN MATENAERS: Interview 1. Siehe Anlagen.

STADT GOCH: Branchenverzeichnis. URL: [https://www.goch.de/de/inhalt-
1/branchenverzeichnis/](https://www.goch.de/de/inhalt-1/branchenverzeichnis/). Stand 29.01.15

STARCAR AUTOVERMIETUNG: Sponsoring. URL:
<http://www.starcar.de/sponsoring.php#img/sponsoring/kurzfilm.jpg>, Stand 29.01.15

STARTNEXT CROWDFUNDING GMBH: 10.000.000 € über Crowdfunding auf
Startnext. URL: [https://www.startnext.com/blog/Blog-Detailseite/b/10000000-ueber-
Crowdfunding-auf-Startnext-659](https://www.startnext.com/blog/Blog-Detailseite/b/10000000-ueber-Crowdfunding-auf-Startnext-659), Stand 03.02.15

VER.DI FILMUNION: Über uns. URL: Verdi - Über Uns, Stand 25.01.15

WERBERING GOCH: Mitglieder. URL: <http://www.werbering-goch.de/mitglieder.html>.
Stand 29.01.15

WESTDEUTSCHER RUNDFUNK: „Lokalzeit“ – Das Land ins Bild setzen. URL: WDR - "Lokalzeit" - das Land ins Bild setzen. Stand 29.01.15

WIKIPEDIA.ORG: Goch. URL: <http://de.wikipedia.org/wiki/Goch>. Stand 29.01.15

INTERVIEWS

PRESSESTELLE GOCH – THORSTEN MARTENAERS, 07.01.15 (Anlage 1)

Anlagen

Anlage 1: Interview Pressestelle Goch – Thorsten Matenaers
(Auszug)

Seite XIV

Anlage 1: Interview Pressestelle Goch – Thorsten Matenaers (Auszug)

Interview Autor Sven J. Richter mit dem Pressesprecher der Stadt Goch am Niederrhein, Thorsten Matenaers (Auszug). Goch, 07.01.15.

Richter:

Wie würden Sie die mediale Abdeckung der Stadt Goch beschreiben?

Matenaers:

(Händigt Autoren eine Liste mit einer Übersicht der in und für Goch erscheinenden Medien aus)

Dazu kommt noch ein Programm-Kino, das von einem privaten Trägerverein betrieben wird. Es ist also nicht mit einem "normalen" Kino zu vergleichen. Das Kino heißt "Goli- Theater" [...]. Auflagenstärkste Tageszeitung ist die Rheinische Post mit deutlichem Abstand vor der NRZ. Meistgelesenes Anzeigenblatt ist das Gocher Wochenblatt, im Bereich Hörfunk liegt Antenne Niederrhein deutlich vor den WDR-Sendern, im Bereich Fernsehen sendet nur der WDR regional. Genaue Informationen über Zuschauerzahlen, Einschaltquoten bzw. die Mediadata der Printmedien erfragen Sie bitte direkt bei den einzelnen Unternehmen.

Richter:

Gibt es in Goch Kulturfonds oder Stiftungen [für den Bereich Kurzfilm]?

Matenaers:

Eine spezielle Kulturförderung bzw. -stiftung haben wir in Goch für den Bereich "Museum", nicht jedoch für Zwecke, die Ihrem Vorhaben gleichkommt.

Richter:

Gab es in der Vergangenheit bereits Erfahrungen mit Filmdrehs in Goch?

Matenaers:

Mir ist nicht bekannt, ob es in der Vergangenheit bereits Filmprojekte hier in Goch gegeben hat, zumindest was den fiktionalen Bereich anbelangt. Bei der aktuellen Berichterstattung ist Goch mehr oder weniger regelmäßig Thema zu unterschiedlichsten Inhalten.

Eigenständigkeitserklärung

Hiermit erkläre ich, dass ich die vorliegende Arbeit selbstständig und nur unter Verwendung der angegebenen Literatur und Hilfsmittel angefertigt habe. Stellen, die wörtlich oder sinngemäß aus Quellen entnommen wurden, sind als solche kenntlich gemacht. Diese Arbeit wurde in gleicher oder ähnlicher Form noch keiner anderen Prüfungsbehörde vorgelegt.

Düsseldorf, den 04. Februar 2015

Sven Richter